

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Maksud Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pompa.....	9
2.1.2 Pelanggan.....	10
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4 Harga.....	13
2.1.5 Produk.....	14
2.1.6 Persepsi Nilai.....	15
2.1.6.1 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	16
2.1.6.2 Positioning.....	17
2.1.7 Dimensi Kualitas Produk.....	20

2.1.7.1 Dimensi Harga.....	21
2.1.7.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	21
2.1.7.3 Dimensi Emosional.....	22
2.1.7.4 Dimensi Kemudahan.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
2.2.1 Perumusan Masalah.....	25
2.2.1.1 Desain Instrumen Dan Survey Pendahuluan.....	25
2.2.1.2 Pengumpulan Data.....	26
2.2.1.3 Analisis Data.....	26
2.2.1.4 Hasil Dan Pembahasan.....	26
2.2.1.5 Kesimpulan.....	26
2.2.2 Hipotesa Penelitian.....	28
2.2.3 Penentuan Atribut Berdasarkan Tingkat Kepentingan.....	28
BAB III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Operasional Variabel.....	31
3.3.1 Definisi Operasional.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Populasi Dan Sampel.....	36
3.6 Analisa Data.....	39
3.6.1 Analisa Multidimension Scalling.....	39
3.6.2 Multiatribut Fishbein.....	39
3.6.3 Diagram Ular (<i>Snake Diagram</i>).....	40
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.1 Sejarah Pompa Ebara Di Indonesia.....	42
4.1.2 Keuangan Dan Akunting.....	43

4.1.3 Produk, Operasi, Teknik.....	43
4.1.4 Personalia.....	43
4.1.5 Manajemen Mutu.....	44
4.1.6 Sistem Informasi.....	44
4.1.7 Organisasi Dan Manajemen Umum.....	44
4.1.8 Struktur Organisasi.....	45
4.1.9 Segmentasi Target <i>Positioning</i> (STP).....	46
4.1.10 Marketing Mix.....	46
4.1.11 Distribusi.....	47
4.1.12 Persaingan.....	48
4.2 Riset.....	48
4.3 Profil Responden.....	51
4.4 Kriteria Pemilihan Produk Pompa Dan Tingkat Kepentingannya	51
4.5 Persepsi Konsumen Terhadap Harga Dan Kualitas Serta Desain Ebara.....	53
4.6 Persepsi Konsumen Terhadap Posisi Pompa Ebara Dan Pesaing	53
4.6.1 Multidimension Scalling.....	54
4.6.2 Multiatribut Fishbein.....	57
4.6.3 Diagram Ular (Snake Diagram).....	60
4.7 Upaya Perbaiki Posisi Persaingan.....	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74
RIWAYAT HIDUP.....	75