

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-1
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-5
1.4 Perumusan Masalah.....	1-5
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-6
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-6
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	2-1
2.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	2-1
2.3 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....	2-3
2.3.1 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i>	2-5
2.3.1.1 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-7
2.4 Metode Penelitian.....	2-9
2.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	2-9
2.5 Teknik-Teknik Pengujian Hipotesis.....	2-10
2.6 Populasi Dan Sampel.....	2-13
2.6.1 Teknik Sampling.....	2-14
2.6.2 Menentukan Ukuran Sampel.....	2-16
2.7 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-18
2.7.1 Skala Pengukuran.....	2-18
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-21

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
2.8.1. Validitas Instrumen.....	2-22
2.8.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-24
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penentuan Model Penelitian.....	3-3
3.2 Pencarian Variabel Penelitian.....	3-4
3.3 Penyusunan Kuesioner Uji Coba	3-4
3.4 Validasi Konstruksi.....	3-5
3.5 Uji Coba Instrumen	3-5
3.6 Penentuan Jumlah Sampel	3-6
3.7 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.8 Pengolahan Data.....	3-7
3.9 Analisis dan Usulan.....	3-9
3.10 Kesimpulan dan Saran.....	3-9
 BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Struktur Organisasi.....	4-2
4.2 Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.3 Data Kuesioner Penelitian.....	4-5
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data.....	5-1
5.1.1 Indikator Penelitian.....	5.1
5.1.2 Uji Validitas Konstruksi.....	5-2
5.1.3 Penyebaran Kuesioner Penelitian Uji Coba Terhadap 30 Pelanggan atau Responden.....	5-2

	Halaman
5.1.4 Uji Validitas Eksternal Kuesioner Penelitian Uji Coba Terhadap 30 Pelanggan atau Responden.....	5-3
5.1.5 Uji Reliabilitas Terhadap Harapan Konsumen dan Kinerja Transline.....	5-4
5.1.5.1 Uji Reliabilitas Harapan Konsumen Untuk Kuesioner Uji Coba.....	5-4
5.1.5.2 Uji Reliabilitas Kinerja Konsumen Untuk Kuesioner Uji Coba.....	5-5
5.1.6 Pengolahan Data Kuesioner Untuk Tingkat Kepentingan dan Performansi Transline.....	5-6
5.1.7 Pengolahan Data Kuesioner Untuk Uji Ketidakpuasan.....	5-9
5.1.8 Prioritas Perbaikan Kinerja Menggunakan Analisa Tingkat Kepentingan dan Performansi (IPA 6 Kuadran).....	5-11
5.1.8.1 Pengolahan Data Atribut.....	5-11
5.2. Analisis.....	5-16
5.2.1 Analisis Pesaing Utama.....	5-16
5.2.2 Analisis Ketidakpuasan Pelanggan.....	5-16
5.2.3 Analisis <i>Importance Perfomance Analysis</i> 4 Kuadran.....	5-17
5.2.4 Analisis <i>Importance Perfomance Analysis</i> 6 Kuadran.....	5-17
5.2.5 Analisis Penentuan Target.....	5-18
5.3. Usulan.....	5-24
5.3.1 Usulan Atas Variabel-Variabel dengan Target Melebihi Pesaing.....	5-24
5.3.2 Usulan Atas Variabel-Variabel dengan Target Menyamai Pesaing.....	5-32

5.3.3	Usulan Atas Variabel-Variabel dengan Target Meyamai Harapan Konsumen.....	5-35
-------	--	------

BAB 6 PENUTUP

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-2
6.2.1	Saran Untuk Perusahaan.....	6-2
6.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

VALIDITAS KONSTRUKSI

TABEL

DATA PRIBADI

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Konsep <i>Brand Equity</i>	2-2
2.2	Piramida " <i>Brand Awareness</i> "	2-2
2.3	<i>Importance Perfomance Analysis</i> 4 Kuadran	2-7
2.4	<i>Importance Perfomance Analysis</i> 6 Kuadran	2-9
2.5	Teknik Sampling	2-16
3.1	Diagram Metodologi Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Transline	4-2
5.1	Diagram IPA 4 Kuadran	5-7
5.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-10
5.3	<i>Row and Coloumn Scores</i>	5-12

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Pengaruh Atas Penilaian Pengguna Jasa Terhadap Sebuah Travel	1-2
1.2	<i>Top Of Mind</i> Travel Perjalanan di Bandung yang Memiliki Rute Jakarta-Bandung dan Bandung-Jakarta	1-3
1.3	Media yang Digunakan dalam Mengenal Sebuah Travel	1-3
1.4	<i>Brand Recognition</i> Travel Transline	1-4
1.5	<i>Brand Recall</i> Sebuah Travel	1-4
1.6	Kesediaan Pengguna Jasa Travel Untuk Menggunakan Kembali Travel Transline	1-5
2.1	Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%	2-17
4.1	Pertanyaan serta Hasil Jawaban Penelitian Pendahuluan (30 esponden)	4-3
5.1	Indikator Penelitian	5-1
5.2	Uji Validasi terhadap Harapan Konsumen dan Perfomansi Transline (Terhadap 30 Responden)	5-3
5.3	Nilai Rata-rata <i>Importance</i> dan <i>Perfomance</i>	5-6
5.4	Prioritas Perbaikan Kinerja Menggunakan Analisis Tingkat Kepentingan dan Perfomansi (IPA 4 kuadran)	5-8
5.5	Uji Hipotesis Ketidakpuasan untuk setiap atribut	5-10
5.6	<i>Ranking</i> dari tiap atribut untuk travel	5-13
5.7	IPA 6 Kuadran	5-14
5.8	Analisis Keunggulan Setiap Travel	5-15
5.9	Penentuan Target Untuk Setiap Atribut	5-22
5.10	Usulan perbaikan Untuk Melebihi Pesaing	5-29
5.11	Usulan Perbaikan Untuk Menyamai Pesaing	5-34
5.12	Usulan perbaikan Untuk Menyamai Harapan Konsumen	5-35

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1-2
1.2	Kuesioner Penelitian	L1-3
2.1	Data Mentah Kuesioner Uji Coba (30 responden)	L2-2
2.2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (272 responden)	L2-4
2.3	Pengolahan Data Analisis Korespondensi	L2-18
3.1	Validitas Konstruk	
3.2	Komentar Seminar Proposal	
3.3	Komentar Seminar Proposal	
4.1	Tabel	L4-1