

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-1
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Kualitas.....	2-1
2.2 Pengertian <i>Perceived Quality</i> .....	2-2
2.2.1 Manfaat <i>Perceived Quality</i> .....	2-2
2.2.2 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> .....	2-4
2.2.2.1 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> Menurut Duriyanto.....	2-4
2.2.2.2 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> Menurut Martilla dan James.....	2-6
2.2.2.3 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> Menurut Kepuasan Pelanggan. ....	2-11
2.3 Teknik-Teknik Pengujian Hipotesis.....	2-12
2.3.1 Jenis-jenis Hipotesis.....	2-12
2.3.2 Uji Hipotesis Dua Populasi.....	2-14
2.3.3 Uji Hipotesis Lebih dari Dua Populasi.....	2-15
2.4 Teknik Pengumpulan data.....	2-15
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-16
2.5.1 Teknik Sampling.....	2-17
2.5.2 Penentuan Ukuran Sampel.....	2-19
2.6 Pengembangan Instrumen.....	2-21
2.6.1 Panduan Pengembangan Kuesioner.....	2-21
2.6.2 Jenis-jenis Skala Pengukuran.....	2-21
2.6.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-24
2.6.3.1 Validitas Instrumen.....	2-25
2.6.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-26

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-4
3.2 Penyusunan Kuesioner.....	3-4
3.3 Validasi Konstruk.....	3-5
3.4 Penyebaran Kuesioner Uji Coba.....	3-5
3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	3-6
3.6 Uji Signifikasi Beda Responden <i>Bandung Electronic Center</i> (BEC) dengan Responden Plasa Telkom.....	3-6
3.7 Penentuan Ukuran Sampel .....	3-7
3.8 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.9 Pengolahan Data <i>Perceived Quality</i> .....	3-8
3.9.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	3-8
3.9.2 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	3-8
3.10 Analisis Pemecahan Masalah.....	3-9
3.11 Pengembangan Usulan.....	3-9
3.12 Kesimpulan dan Saran.....	3-9
<b>BAB IV PENGUMPULAN DATA</b>	
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	4-1
4.1.2 Sejarah Singkat CDMA.....	4-2
4.1.3 Sejarah Singkat CDMA “Flexi”.....	4-2
4.2 Data Pendahuluan.....	4-3
4.2.1 Susunan Matriks Data Mentah.....	4-3
4.2.2 Data Uji Coba Kuesioner Penelitian di Plasa Telkom .....	4-4
4.2.3 Data Uji Coba Kuesioner Penelitian di Bandung <i>Electronic Center</i> .....	4-4
4.2.3 Data Kuesioner Penelitian 272 Responden.....	4-4
<b>BAB V PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b>	
5.1 Atribut Harapan Konsumen.....	5-1
5.2 Pengolahan Data.....	5-2
5.2.1 Uji Validitas Konstruk.....	5-2
5.2.2 Penyebaran Kuesioner Penelitian Uji Coba 60 Responden.....	5-2
5.2.3 Uji Validitas Eksternal.....	5-2
5.2.4 Uji Reliabilitas Instrumen.....	5-5
5.2.5 Uji Hipotesis Perbedaan Signifikasi Data.....	5-7
5.2.6 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5-12
5.2.6.1 Pengolahan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-12

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.2.6.2 Pengolahan Data Uji Hipotesis Perbedaan Kinerja.....	5-15
5.2.6.3 Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat ...	5-19
5.2.6.4 Pengolahan Data Prioritas Perbaikan Kinerja Atribut (IPA 6 Kuadran).....	5-20
5.2.6.5 Pengolahan Data Prioritas Perbaikan Kinerja Atribut (IPA 4 Kuadran).....	5-24
5.3 Analisis.....	5-25
5.3.1 Analisis Ketidakpuasan Konsumen.....	5-26
5.3.2 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran.....	5-26
5.3.3 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran.....	5-26
5.3.4 Analisis Penentuan Target untuk Setiap Atribut.....	5-27
5.4 Pengembangan Usulan.....	5-30
5.4.1 Usulan untuk Menyamai Harapan Konsumen .....	5-30
5.4.2 Usulan untuk Melebihi Pesaing .....	5-33
5.4.3 Usulan Tambahan.....	5-34
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-3
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	6-3
6.2.2 Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	6-3

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

### KOMENTAR NARA SUMBER SEMINAR JUDUL

### DATA PRIBADI

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Perbandingan Tarif SLI Antar Operator CDMA	1-2
1.2	Perbandingan Tarif SMS Antar Operator CDMA	1-2
1.3	Operator CDMA yang Digunakan Konsumen	1-2
1.4	<i>Customer Loyalty</i>	1-3
1.5	<i>Top of Mind</i> CDMA	1-3
1.6	<i>Brand Recall</i>	1-3
2.1	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	2-20
5.1	Kisi-kisi / Matrik Pengembangan Indikator Variabel Operator CDMA “Flexi”	5-1
5.2	Uji Validitas untuk Harapan Konsumen, Kinerja Flexi, Kinerja Esia dan Kinerja Fren di Plasa Telkom (30 responden)	5-3
5.3	Uji Validitas untuk Harapan Konsumen, Kinerja Flexi, Kinerja Esia dan Kinerja Fren di Bandung <i>Electronic Centre</i> (30 responden)	5-4
5.4	Uji Hipotesis Perbedaan Signifikasi Data	5-10
5.5	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Kinerja Flexi	5-14
5.6	Uji ANOVA untuk Perbandingan Kinerja Flexi, Esia dan Fren	5-16
5.7	Perhitungan Rp Atribut 1	5-19
5.8	Hasil Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat	5-20
5.9	Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-20
5.10	IPA 6 Kuadran	5-23
5.11	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-24
5.12	IPA 4 Kuadran	5-25
5.13	Target untuk Setiap Atribut	5-29

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	Nilai <i>Perceived Quality</i>	2-3
2.2	Tingkat <i>Performance</i> dan <i>Importance</i>	2-6
2.3	Analisis Kompetitif Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2-7
2.4	Analisis IPA 4 Kuadran	2-10
2.5	Pembagian Teknik Sampling	2-6
3.1	Bagan Metodologi Penelitian	3-1
5.1	Uji Hipotesis Perbedaan Signifikansi Data Harapan Konsumen	5-9
5.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen	5-13
5.3	Gambar Rata-rata Tingkat Kinerja Flexi, Esia dan Fren	5-22

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1.2	Kuesioner Penelitian	L1-3
2.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2.2	Data Mentah Kuesioner Uji Coba untuk 30 Responden di Plasa Telkom	L2-4
2.3	Data Mentah Kuesioner Uji Coba untuk 30 Responden di Bandung <i>Electronic Center</i>	L2-8
2.4	Data Mentah Kuesioner Uji Coba untuk 272 Responden di Plasa Telkom	L2-12
2.5	Data Mentah <i>Simple Random Sampling</i>	L2-40
3.1	Validasi Konstruk	L3-1
4.1	Tabel	L4-1

## DAFTAR PUSTAKA

1. Durianto, Darmadi; Sugiarto, Tony, Sitinjak., ***“Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek”***, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
2. Garcia, Leon dan Widjaja; ***“Communication Networks”***, Mc Graw Hill, New York, 2000.
3. Keller, Kevin Lane; ***“Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity”***, Prentice Hall, New Jersey, 1998.
4. Sugiyono; ***“Statistika untuk Penelitian”***, Alfa Beta, Bandung, 1997.
5. Sugiyono; ***“Metode Penelitian Administrasi”***, Alfa Beta, Bandung, 2004
6. Walpole, Ronald E.; ***“Pengantar Statistika”*** Edisi ke-3, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1995.

## **DATA PENULIS**

Nama : Angel Maria Veronica Siagian  
Alamat di Bandung : Jl. Sariwangi Blok 23 no 96 Sarijadi-Bandung  
Alamat Asal : Jl. Nusa Indah Raya No. 1 Helvetia-Medan  
No. Telp Bandung : -  
No. Telp Asal : (061) 8457649  
No. Handphone : 08153013136  
Alamat Email : Angel\_Tulus@Yahoo.com  
Pendidikan : SMU Negeri 1 Medan  
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha  
Nilai tugas Akhir :  
Tanggal USTA :