

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
LAMPIRAN.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN1

1.1 Gambaran Umum Objek	1
1.1.1 Sejarah Sepatu Adidas.....	1
1.1.2 Logo Sepatu Adidas	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Adidas	2
1.1.4 Sejarah Sepatu Lari.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Kegunaan Penelitian.....	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.8 Sistematika Penulisan.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN14

2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Pemasaran.....	14

2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing mix</i>).....	15
2.1.3 Produk.....	15
2.1.3.1 Kualitas Produk	16
2.1.3.1 Sistem Pengembangan Produk	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen	18
2.1.4.1 Teori Kepuasan Konsumen	19
2.1.4.2 Teknik Pengukuran Kepuasan.....	20
2.1.5 IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	22
2.1.6 Penelitian Terdahulu	24
2.1.6.1 Jurnal Nasional.....	24
2.1.6.2 Jurnal Internasional.....	28
2.2.2 Jurnal Nasional.....	21
2.2.3 Jurnal Internasional	22
2.2 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Karakteristik Penelitian.....	34
3.2 Alat Pengumpulan Data	35
3.2.1 Variabel Operasional	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.5.1 Jenis Data	40
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Realibilitas.....	43
3.6.3 Hasi uji Validitas dan Reabilitas	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	46

3.7.1	ANalisis Deskriptif.....	46
3.7.2	Skala Pengukuran.....	46
3.7.3	Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP).....	49
3.7.4	Importance Performance Analysis (IPA).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Karakteristik Responden	53
4.1.1	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	53
4.1.2	Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	54
4.1.3	Karakteristik berdasarkan penghasilan.....	55
4.1.4	Karakteristik berdasarkan lama penggunaan	56
4.1.5	Karakteristik berdasarkan dimanakah anda biasa membeli produk sepatu lari Adidas	57
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Tanggapan responden mengenai harapan konsumen	61
4.2.2	Tanggapan responden mengenai kinerja perusahaan	66
4.2.3	Analisis indeks kepuasan	73
4.2.4	Analisis tingkat perbedaan antara harapan dan Kinerja	75
4.2.5	Pemetaan dimensi kualitas produk dengan menggunakan diagram kartesius	77
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	84
5.2.1	Saran bagi perusahaan Adidas (khusus mengenai sepatu lari)	84
5.2.2	Saran bagi peneliti lanjutan	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Sepatu Adidas Lama	2
Gambar 1.2 Logo Sepatu Adidas Baru	2
Gambar 2.1 <i>Importance Performance Matrix</i>	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	37
Gambar 3.2 Garis Kontinum Kriteria Interpretasi Nilai	46
Gambar 3.3 Importance Performance Matrix	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Tahun 2014	6
Tabel 1.2 Top Brand Tahun 2015	7
Tabel 1.3 <i>Mind Share</i> Perkota Sepatu lari Tahun 2015	11
Tabel 1.4 <i>Market Share</i> Perkota Sepatu lari Tahun 2015	11
Tabel 1.5 <i>Commitment Share</i> Perkota Sepatu lari Tahun 2015	11
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	35
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Kuisisioner.....	44
Tabel 3.3 Klasifikasi Penilaian Persentase.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Studi Pendahuluan
- Lampiran 3 Laporan Hasil Survey Omnibus, TOP BRAND