

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Penelitian Noor Alimah .....	6
2.2 Landasan Teori.....	9

2.2.1	Pemasaran.....	9
a.	Pengertian Pemasaran .....	9
b.	Konsep Pemasaran .....	10
c.	Segmentasi Pasar Konsumen.....	11
2.2.2	Perilaku Konsumen.....	13
a.	Pengertian perilaku konsumen .....	13
b.	Teori – Teori Perilaku Konsumen .....	14
c.	Faktor-faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	17
d.	Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	18
e.	Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
f.	Hubungan Antara Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran.....	23
2.2.3	Sikap .....	24
1.	Pengertian Umum .....	24
2.	Bagaimana Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku Terbentuk .....	24
3.	Sumber yang mempengaruhi sikap .....	26
4.	Fungsi Sikap .....	26
5.	Konsep Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku.....	27
2.3	Hipotesis.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN.....		29
3.1.	Gambaran Perusahaan.....	29
3.1.1.	Sejarah Singkat.....	29
3.1.2.	Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Usaha.....	32
3.2.	Bidang Usaha.....	34

3.3.	Organisasi.....	37
3.4.	Personalia.....	38
3.5.	Alat Produksi.....	39
3.6.	Kondisi Internal.....	40
3.7	Metode Penelitian.....	40
3.7.1.	Metode Pengumpulan Data.....	41
3.7.2.	Data yang diperlukan.....	41
3.7.3.	Metode Pengambilan Sampel.....	41
3.7.4.	Metode Analisa Data.....	42
a.	Deskriptif.....	42
b.	Analisa Verifikatif.....	43
BAB IV ANALISIS DATA .....		46
4.1	Analisa Deskriptif.....	46
4.1.1	Karakteristik Responden.....	46
4.1.2	Analisa Indeks Sikap.....	48
4.2	Analisa Verifikatif .....	53
4.2.1	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Pelayanan .....	53
4.2.2	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen Berdasar Jenis Kelamin terhadap Atribut Harga Produk .....	56
4.2.3	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Lokasi. ....	58

4.2.4	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Atribut Kualitas Promosi .....	60
4.2.5	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasar Usia terhadap Atribut Kualitas Pelayanan .....	62
4.2.6	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Harga Produk .....	65
4.2.7	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Kualitas Lokasi .....	67
4.2.8	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Usia terhadap Atribut Kualitas Promosi .....	70
4.2.9	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Pelayanan .....	72
4.2.10	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Harga Produk .....	75
4.2.11	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Kualitas Lokasi .....	78
4.2.12	Analisa Perbedaan Penilaian Konsumen berdasarkan Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Promosi.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## Daftar Tabel

3.1	Jasa Layanan Pos dalam Core Product.....	36
3.2	Jam Kerja Karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	38
4.1	Klasifikasi Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	46
4.2	Klasifikasi Responden Berdasar usia .....	47
4.3	Klasifikasi Responden Berdasar Pekerjaan .....	48
4.4	Bobot Tingkat Kepercayaan Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	49
4.5	Tingkat Kepercayaan Responden Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	50
4.6	Bobot Penilaian Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	51
4.7	Tingkat Penilaian Responden Terhadap Atribut PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	52
4.8	Indeks Sikap Konsumen Terhadap PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.....	52
4.9	Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pelayanan.....	53
4.10	Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Pelayanan.....	54
4.11	Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Harga Produk.....	56

- 4.11 Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas lokasi.....81
- 4.12 Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas promosi.....84



## Daftar Gambar

4.1	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas pelayanan .....	55
4.2	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap harga produk.....	58
4.3	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas lokasi.....	60
4.4	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar jenis kelamin terhadap kualitas promosi.....	62
4.5	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas pelayanan.....	65
4.6	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap harga produk.....	67
4.7	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas lokasi.....	70
4.8	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar usia terhadap kualitas promosi.....	72
4.9	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap kualitas pelayanan.....	75
4.10	Daerah penerimaan dan penolakan penilaian konsumen yang signifikan berdasar pekerjaan terhadap harga produk.....	78

4.12 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan Jenis Kelamin terhadap Atribut Harga Produk.....	57
4.13 Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi.....	58
4.14 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Lokasi.....	59
4.15 Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi.....	60
4.16 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan Jenis Kelamin terhadap Kualitas Promosi.....	61
4.17 Pengaruh Usia terhadap Kualitas Pelayanan.....	63
4.18 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Usia dan Kualitas Pelayanan.....	64
4.19 Pengaruh Usia terhadap Harga Produk.....	65
4.20 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Usia dan Harga Produk.....	66
4.21 Pengaruh Usia terhadap Kualitas Lokasi.....	68
4.22 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Usia dan Kualitas Lokasi.....	69
4.23 Pengaruh Usia terhadap Kualitas Promosi.....	70
4.24 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Usia dan Kualitas Promosi.....	71
4.25 Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas layanan.....	73
4.26 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Pelayanan.....	74



4.27 Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Harga Produk.....	76
4.28 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Pekerjaan dan Harga Produk.....	77
4.29 Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Lokasi.....	78
4.30 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Lokasi.....	80
4.31 Pengaruh Pekerjaan terhadap Atribut Kualitas Promosi.....	82
4.32 Hasil Perhitungan Chi Square Hubungan antara Pekerjaan dan Kualitas Promosi.....	83

