

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISIALITAS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Literatur terkait teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Jasa	14
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Service Quality	15
2.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	17
2.1.6 Customer Satisfaction Index	19

2.1.7	Importance Performance Analysis	20
2.1.8	Garis Kontinum.....	21
2.2	Alasan Pemilihan Teori.....	22
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		25
3.1	Sistematika Perancangan	25
3.1.1	Tahap Identifikasi dan pendahuluan	26
3.1.2	Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	27
3.1.3	Tahapan Verifikasi dan Validasi	30
3.1.4	Analisis Hasil	31
3.1.5	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	32
3.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi.....	32
3.3	Batasan Tugas Akhir	32
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		33
4.1	Pengumpulan Data	33
4.1.1	Perancangan Kuesioner.....	33
4.1.2	Penentuan Jumlah Sampel	36
4.1.3	Penyebaran Kuesioner	37
4.1.4	Karakteristik Responden.....	37
4.2	Pengolahan Data	39
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
4.2.2	Analisis Deskriptif	41
4.2.3	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	62
4.2.4	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	65
BAB V ANALISIS.....		71

5.1	Verifikasi	71
5.2	Validasi	72
5.3	Analisis Hasil	75
5.4	Analisis Rancangan Perbaikan Kualitas Layanan	81
5.5	Analisis Perbandingan Sebelum dan Sesudah (Ekspetasi) Perbaikan.....	82
BAB VI KESIMPULAN & SARAN		84
6.1	Kesimpulan	84
6.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89