

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan dan Asumsi Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 LANDASAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Profil Perusahaan	16
2.2.1 Proses Bisnis	16
2.2.2 Struktur Organisasi	17
2.2.3 Visi dan Misi	21
2.3 Kualitas	21

2.4 Pelayanan	21
2.5 <i>Service Quality</i>	22
2.6 Analisis Kuantitatif	23
2.6.1 Skala <i>Likert</i>	23
2.6.2 Uji Validitas	24
2.6.3 Uji Reliabilitas	24
2.6.4 Uji Gap	25
2.6.5 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	26
2.6.6 Uji Asumsi Klasik	27
2.6.7 Regresi Linier	28
2.6.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	31
2.6.9 Metode <i>Potential Gain in Customer Values (PGCV)</i>	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Sistematika Penelitian	35
3.2 Tahap Pendahuluan	36
3.2.1 Studi Lapangan	36
3.2.2 Studi Literatur	37
3.2.3 Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian	37
3.2.4 Model Konseptual	37
3.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	40
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.2 Operasional Variabel dan Penyusunan Alat Ukur	41
3.3.3 Pengumpulan Data	46
3.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.3.5 Pengolahan Data Uji Gap dan CSI	47
3.3.6 Uji Asumsi Klasik Regresi	48

3.3.7 Regresi Linier Berganda	48
3.3.8 Validasi Model	48
3.3.9 Pengolahan Data IPA dan PGCV	50
3.4 Tahap Akhir	51
3.4.1 Analisis dan Pembahasan	51
3.4.2 Kesimpulan	51
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	52
4.1 Pengumpulan Data	52
4.2 Pengolahan Data.....	55
4.2.1 Uji Validitas.....	55
4.2.2 Uji Reliabilitas	57
4.2.3 Uji Gap.....	57
4.2.4 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	59
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	60
4.2.6 Regresi Linier Berganda	61
4.2.7 Uji Validasi Model	63
4.2.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	67
4.2.9 <i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	69
BAB V ANALISIS DAN PEMABAHASAN.....	70
5.1 Verifikasi dan Validasi.....	70
5.2 Analisis dan Pembahasan	72
5.2.1 <i>Gap Analysis</i>	72
5.2.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	74
5.2.3 Analisis Uji Asumsi Klasik	75
5.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
5.2.5 Analisis Uji Validasi Model	79

5.2.6 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	81
5.2.7 Analisis <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV)	82
5.3 Implikasi Manajerial	83
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	85
6.1 Simpulan	85
6.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	95