

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Markah Warung.....	1
1.1.2 Logo Markah Warung	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.4 Produk/Layanan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Batasan Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Pengertian Jasa	8
2.1.4 Kualitas Pelayanan	9
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.6 <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA).....	11

2.1.7 Customer Satisfaction Index (CSI)	12
2.2 Kerangka Pemikiran	13
2.3 Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Variabel Operasional.....	18
3.3.1 Skala Pengukuran.....	19
3.4 Tahapan Penelitian.....	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel.....	23
3.6 Pengumpulan Data.....	24
3.6.1 Sumber Data.....	25
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Uji Keabsahan Data	26
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
3.8 Teknik Analisis Data.....	27
3.8.1 Importance Performance Analysis	27
3.8.2 Customer Satisfaction Index (CSI)	31
3.8.3 Analisis Data Deskriptif.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Analisis Karakteristik Responden	35
4.1.1 Karakteristik Responden	35
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.3 Berdasarkan Usia	36
4.1.4 Berdasarkan Profesi	36
4.1.5 Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	37
4.1.6 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37

4.1.7 Berdasarkan Pemasukan per Bulan	38
4.2 Uji Validitas	38
4.2.1 Uji Reliabilitas	39
4.3 Teknik Analisis Data.....	40
4.3.1 Analisis Deskriptif Harapan dan Kenyataan.....	40
4.4 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	42
4.5 Importance Performance Analysis (IPA)	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	50
5.2.1 Bagi Perusahaan	50
5.2.2 Bagi Peneliti	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	53