

## 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 Peformance 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