

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
M O T O	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan dan Manfaat	7
1.5.1 Tujuan	7
1.5.2 Manfaat	7
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	 9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Konsep Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3 Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	19
2.2 Kerangka Teoritik.....	22
2.3 Hasil Penelitian yang Relevan	24
2.4 Alur Pikir	25
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Metode dan Jenis Penelitian	27

3.2.1 Metode Penelitian	27
3.2.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel.....	31
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
3.5.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5.2 Skala Pengukuran.....	34
3.6 Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas	35
3.6.2 Analisis <i>SERVQUAL</i>	37
3.6.3 Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
4.1 Sejarah	44
4.2 Visi dan Misi	45
4.3 Bidang Usaha.....	45
4.3.1 Tugas Pokok dan Fungsi	45
4.3.2 Produk Layanan	47
4.4 Sumber Daya	48
4.5 Organisasi Perusahaan	50
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Hasil Analisis.....	51
5.1.1 Karakteristik Responden	51
5.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
5.1.3 Perhitungan Nilai Rata-Rata Ekspektasi dan Persepsi Pelanggan	56

5.1.4 Hasil Analisis <i>SERVQUAL</i>	62
5.1.5 Hasil Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	68
5.2 Pembahasan	74
5.2.1 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	74
5.2.2 Kesenjangan Antara Persepsi dan Ekspektasi Pelanggan ..	76
5.2.3 Prioritas Peningkatan Kualitas Pelayanan.....	80
5.3 Implementasi	86
BAB VI PENUTUP	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	92