

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	4
C. Tujuan, Ruang Lingkup, dan Manfaat Penelitian	5
D. Kerangka Penulisan	6
BAB II TINJAUAN TEORI	
A. Teori kepuasan pelanggan	8
B. Metode Pengumpulan Data	19
C. Teknik <i>Sampling</i>	20
D. Skala Likert	23
E. Teori Analisis <i>Performance-Importance</i>	24
F. Teori Regresi	
1. Teori Hipotesis	28
2. Uji Validitas dan Realibilitas	30

3. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	32
4. Uji Hipotesis	33
5. Cek multikolinieritas	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Pengumpulan Data	35
B. Metode Analisis Data	
1. Analisis Profil, Karakteristik, dan Persepsi Responden	37
2. Analisis Rata-rata Tingkat Kepuasan dan Kepentingan	37
3. Analisis <i>Performance-Importance</i>	37
4. Analisis Regresi Berganda	39
C. Uji Validitas dan Realibilitas	45
D. Kerangka Pemikiran	46
 BAB IV TINJAUAN OBJEK STUDI	
A. Pendirian Perusahaan dan Informasi Umum	47
B. Visi Misi	48
C. Strategi	50
 BAB V ANALISIS	
A. Analisis Responden	
1. Analisis Profil dan Karakteristik Responden	52
2. Analisis Persepsi Responden	61

B. Analisis Rata-rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan	
1. Analisis Rata-rata Tingkat Kepuasan	78
2. Analisis Rata-rata Tingkat Kepentingan	80
C. Analisis <i>Performance-Importance</i>	
1. Analisis <i>Performance</i>	82
2. Analisis <i>Importance</i>	83
D. Analisis Regresi	
1. Alternatif I	90
2. Alternatif II	93
3. Alternatif III	96
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102