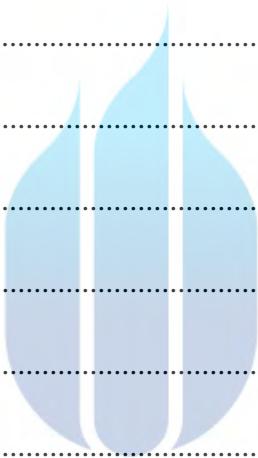


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv



BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Konsep dan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian E-commerce	6
2.1.2 Definisi Jasa	7
2.1.3 Karakteristik Jasa	8
2.1.4 Pengertian Kualitas Jasa.....	8
2.1.5 Dimensi Kualitas Jasa	9
2.1.6 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.7 Hubungan Variabel yang diteliti dengan Kepuasaan Pelanggan	14
2.1.8 Metode <i>Servqual</i>	18
2.1.9 Skala <i>Likert</i>	19
2.1.10 Populasi	20
2.1.11 Sampel	20
2.1.12 Uji Validitas	20
2.1.13 Uji Reabilitas	21
2.1.14 Uji Kecukupan Data	21
2.1.15 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	22
2.2 PenelitianTerdahulu.....	23
2.3 Kerangka pemikiran	26

BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penlitian.....	28
3.3 Jenis Data.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Metode Pengolahan Data.....	29
3.5.1 Sampel dan Populasi	30
3.5.2 Metode <i>Servqual</i>	31
3.5.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	32
3.5.4 Tingkat Kesesuaian	33
3.6 Langkah-langkah Penelitian	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Gambaran Perusahaan	36
4.2 Pengumpulan Data.....	37
4.2.1 Kuisioner	37
4.2.2 Pengujian Kuisioner	40
4.3 Pengolahan Data.....	46
4.3.1 Pengukuran Nilai <i>Servqual</i>	46
4.3.1.1 Nilai Persepsi	46

4.3.1.2 Nilai Harapan.....	48
4.3.1.3 Skor <i>Servqual</i>	49
4.3.2 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	51
4.3.3 Tingkat Kesesuaian	53
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
5.1 Analisis Karakteristik Responden	54
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
5.2 Analisa Skor <i>Servqual</i>	57
5.2.1 Prioritas Berdasarkan <i>Gap</i>	58
5.3 Analisis Importance Performance Analysis.....	59
5.4 Analisa Kepuasaan Pelanggan dan Tingkat Kesesuaian	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	71