

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Gambaran Umum.....	10
2.1.1 Sejarah STMIK – Akademi Bina Insani Bekasi.....	10

2.1.2 Visi dan Misi STMIK – Akademi Bina Insani.....	11
2.2. Tujuh Kunci Layanan Terbaik.....	13
2.3. Bina Insani Career (BIC).....	16
2.4. Struktur Organisasi.....	16

BAB III KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA BERPIKIR

3.1. Kajian Pustaka.....	18
3.1.1. Definisi Pemasaran.....	18
3.1.2. Pengertian Jasa.....	18
3.1.3. Bauran Pemasaran Jasa.....	19
3.1.4. Pengertian Pelayanan Pelanggan.....	20
3.1.5. Pengertian Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	21
3.1.6. Dimensi Kualitas Jasa (<i>SERVQUAL</i>).....	21
3.1.7. Pengertian Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	23
3.1.8. Pengertian Loyalitas Pelanggan (<i>Consumer Loyalty</i>).....	24
3.1.9. Hubungan <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer Satisfaction</i>	26
3.1.10. Mengukur Kualitas Pelayanan.....	26
3.1.11. Pengertian Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>).....	27
3.1.12. Tipe-Tipe Gaya Hidup (<i>Lifestyle Type</i>).....	29
3.2. Rerangka Berfikir.....	33

BAB IV METODE RISET

4.1. Obyek Penelitian.....	35
4.2 Metode Riset.....	35
4.2.1. Jenis Penelitian.....	36
4.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
4.2.3. Operasional Variabel.....	37
4.2.4. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	41
4.3. Teknik Analisa Data.....	42
4.4. Rencana Kegiatan Penelitian.....	43

BAB V HASIL DAN ANALISA

5.1. Hasil Penelitian.....	45
5.1.1. Uji Validitasi Dan Reliabilitas.....	45
5.2. Profil Responden.....	46
5.3. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	49
5.4. Persepsi Mahasiswa Terhadap <i>Service Quality</i>	50
5.5. Indeks Atau Tingkat <i>Consumer Satisfaction</i> Dan Rekomendasi	57
5.5.1. Indeks Atau Tingkat <i>Consumer Satisfaction</i>	57
5.5.2. Frekuensi Rekomendasi.....	63
5.6. Analisa Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i> Dan Rekomendasi.....	65
5.6.1. Analisa Regresi <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Consumer Satisfaction</i>	65

5.6.2. Analisa Regresi <i>Consumer Satisfaction</i> Terhadap Rekomendasi.....	70
5.7. Analisa <i>Lifestyle</i> Yang Dianut Oleh Mahasiswa.....	73
5.7.1. Analisa <i>Crosstab</i> Dan <i>Uji Chi-Square</i>	74
5.8. Usaha-Usaha Yang Dilakukan Untuk Meningkatkan <i>Service Quality</i> Dan <i>Consumer Satisfaction</i>	79
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan.....	83
6.2.Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88
RIWAYAT HIDUP PENULIS	107

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA