

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Batasan Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep dan Teori.....	5
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	5
2.1.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	7
2.1.3 Definisi Kepuasan Pelanggan	8
2.1.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan	12
2.1.5 Definisi Kualitas Pelayanan	13

2.1.5.1 Wujud Fisik (Tangibles)	13
2.1.5.2 Keandalan (Reliability)	14
2.1.5.3 Daya Tanggap (Responsiveness)	15
2.1.5.4 Jaminan (Assurance)	15
2.1.5.5 Empati (Empathy)	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Metode	26
2.5 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Jenis Data dan Informasi.....	27
3.2.1 Data Primer.....	27
3.2.2 Data Sekunder.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Kuesioner.....	28
3.3.2 Uji Normalitas	28
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	29
3.5 Langkah-langkah Penelitian.....	32
3.6 Flow Chart Metode Penelitian	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Pengumpulan Data	34
4.1.1 Pengujian Kuesioner	34
4.2 Pengolahan Data	37

4.2.1 Uji Validitas	37
4.2.2 Uji Reliabilitas	42
4.2.3 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	44
4.2.4 Uji T (T Test)	45
4.2.5 Hubungan Tingkat Kualitas dan Kepentingan	46
4.3 Uji Hipotesis	47
4.3.1 Analisis Linear Sederhana.....	47
4.3.2 Koefisien Determinasi.....	48
4.4 Hasil Hipotesa.....	49
4.5 Mencari Nilai Kepuasan Pelayanan Dengan Metode CSI.....	49
4.5.1 Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)	50
4.5.2 Menentukan Mean Importance Score (MIS).....	51
4.5.3 Membuat Weight Factor (WF).....	52
4.5.4 Mencari Weight Score (WS).....	53
4.5.5 Menentukan Weight Total (WT).....	54
4.5.6 Menentukan Hasil Customer Satisfaction Index (CSI)	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	56
5.2 Pembahasan.....	57
5.2.1 Pengaruh Reliability Terhadap Penumpang.....	57
5.2.2 Pengaruh Responsiveness Terhadap Penumpang	57
5.2.3 Pengaruh Assurance Terhadap Penumpang	58
5.2.4 Pengaruh Emphaty Terhadap Penumpang	58
5.2.5 Pengaruh Tangibles Terhadap Penumpang.....	59

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	64

