DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PERNYATAAN iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Profil Perusahaan 1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 3
1.1.3 Logo Perusahaan 3
1.2 Latar Belakang Penelitian 3
1.3 Identifikasi Masalah 15
1.4 Tujuan Penelitian 16
1.5 Kegunaan Penelitian 16
1.5.1 Aspek Praktis 16
1.5.2 Aspek Teoritis 16
1.6 Sistematika Penulisan 16

BAB II LANDASAN TEORI 18
2.1 Rangkuman Teori 18
2.1.1 Definisi Pemasaran 18
2.1.2 Definisi Jasa 18
2.1.3 Pemasaran Jasa 19

2.1.4 Karakteristik Jasa 19
2.1.5 Kualitas Jasa (*Service Quality*) 20
2.1.6 *Importance Performance Analysis* (IPA) 22
2.1.7 *Quality Function Deployment* (QFD) 23
2.2 Penelitian Terdahulu 26
2.3 Kerangka Pemikiran 39
2.4 Ruang Lingkup Penelitian 41

BAB III METODE PENELITIAN 42
3.1 Jenis Penelitian 42
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran 43
3.2.1 Operasional Variabel 43
3.2.2 Skala Pengukuran 45
3.3 Populasi dan Sampel 46
3.3.1 Populasi 46
3.3.2 Sampel 47
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel (Teknik *Sampling*) 48
3.4 Teknik Pengumpulan Data 48
3.4.1 Jenis Data 48
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas 49
3.5.1 Uji Validitas 49
3.5.2 Uji Reliabilitas 51
3.6 Teknik Analisa Data 52
3.6.1 Metode E-SERVQUAL (*E-Service Quality*) 52
3.6.2 Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) 53
3.6.3 Metode QFD (*Quality Function Deployment*) 54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Pengumpulan Data 59
4.2 Karakteristik Responden 59

4.2.1 Jenis Kelamin 59
4.2.2 Usia 60
4.2.3 Pedidikan Terakhir 61
4.2.4 Pekerjaan 61
4.2.5 Waktu pemakaian aplikasi 62
4.3 Hasil Penelitian 63
4.3.1 Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan (*Service Quality Gap Analysis*) 63
4.3.2 IPA (*Importance Performance Analysis*) 65
4.3.3 QFD (Quality Function Deployment) 68
4.3.3.1 Menyusun Daftar Customer *Needs* (Matriks *Whats*) 68
4.3.3.2 Analisis *Planning Matrix* 69
4.3.3.3 Membuat Technical Response (Matrik Hows) 74
4.3.3.4 *Relationship Matrix* (Matriks Hubungan) 76
4.3.3.5 Technical Correlation (Korelasi antar Technical Response) 77
4.3.3.6 *Technical Matrix* 78
4.3.3.7 Hasil *House of Quality* 80
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 81
4.4.1 Atribut Pelayanan yang Dibutuhkan Konsumen (*Customer Needs*) 81
4.4.2 Karakteristik Respon Teknis yang Diperoleh Berdasarkan *Customer Needs* ... 82
4.4.3 Rekomendasi untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan 83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 85
5.1 Kesimpulan 85
5.2 Saran 86
5.3 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya 87
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 1: Lembar Kuesioner 93