

DAFTAR ISI

Abstrak	1
<i>Abstract</i>	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	9
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR LAMPIRAN.....	11
DAFTAR ISTILAH	12
BAB I PENDAHULUAN	13
I.1 Latar Belakang	13
I.2 Perumusan Masalah.....	14
I.3 Tujuan Penelitian.....	14
I.4 Batasan Penelitian	15
I.5 Manfaat Penelitian.....	15
I.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
II.1 <i>Balanced Scorecard</i>	18
II.2 <i>Balanced Scorecard TI</i>	20
II.3 COBIT 2019	24
II.4 NPS (<i>Net Promoter Score</i>)	29
II.5 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	36
III.2 Pengumpulan Data	37
III.2.1 Data Primer	37
III.2.2 Data Sekunder	37

III.3 Pengolahan Data atau Pengembangan Produk / Artifak.....	37
III.4 Alasan Pemilihan Metode.....	38
III.5 Rencana Awal Kegiatan	40
BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....	42
IV.1 Perspektif <i>Corporate Contribution</i>	42
IV.1.1 Analisis Metrik AG01	42
IV.1.2 Analisis Metrik AG02.....	46
IV.1.3 Analisis Metrik AG03	47
IV.2 Perspektif <i>Customer Orientation</i>	49
IV.2.1 Analisis Metrik AG05	50
IV.2.2 Analisis Metrik AG06.....	53
IV.3 Perspektif <i>Operational Excellence</i>	54
IV.3.1 Analisis Metrik AG10.....	54
IV.3.2 Analisis Metrik AG11	62
IV.4 Perspektif <i>Future Orientation</i>	64
IV.4.1 Analisis Metrik AG12	64
IV.4.2 Analisis Metrik AG13	66
IV.5 Strategic Map	67
IV.6 Korelasi antara Perspektif <i>Future Orientation</i> dengan Perspektif <i>Operational Excellence</i>	69
IV.7 Korelasi antara Perspektif <i>Operational Excellence</i> dengan Perspektif <i>Customer Orientation</i>	70
IV.8 Korelasi antara Perspektif <i>Customer Orientation</i> dengan Perspektif <i>Corporate Contribution</i>	72
IV.9 GAP Analisis	73
BAB V REKOMENDASI.....	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	77
VI.1 Kesimpulan	77
VI.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82