

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
KATA PENGANTAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi	2
1.1.3. Logo dan Makna.....	3
1.1.4. Struktur Organisasi	4
1.1.5. Produk atau Layanan	4
1.2. Latar Belakang	6
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Batasan Masalah.....	9
1.7. Sistematika Penulisan Laporan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan	13
2.1.5. Indikator Kepuasan Pelanggan	13
2.1.6. E-Learning	14
2.1.7. Produk.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
Tabel 2 2 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Pendekatan Penelitian	19

3.2.	Variabel Independen (X).....	19
3.3.	Skala Operasional.....	22
3.4.	Tahapan Penelitian.....	23
3.5.	Populasi dan Sampel.....	25
3.5.1	Populasi.....	25
3.5.2	Sampel.....	25
3.6	Teknik Sampling.....	26
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7.1.	Sumber data.....	27
3.7.2	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.8.	Validitas dan Realibilitas.....	29
3.8.1.	Validitas.....	29
3.8.2.	Realibilitas.....	30
3.9.	Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1.	Importance Performance Analysis (IPA).....	31
3.9.2.	Customer Satisfication Index (CSI).....	34
3.10.	Analisis Deskriptif.....	35
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1.1.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2.	Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3.	Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.4.	Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.2.	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1.	Pembahasan Validitas dan Reabilitas.....	41
4.3.	Analisis Deskriptif.....	44
4.3.1.	Tanggapan Responden mengenai Kenyataan dan harapan pada penggunaan Aplikasi Pijar Sekolah di SMK Kartika.....	44
4.4.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	61
4.4.1.	Hasil Perhitungan Iimportance Performance Analysis.....	61
4.4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian Importance Performance Analysis (IPA).....	62
4.5.	Customer Satisfication Indeks (CSI).....	66
	BAB V PENUTUP.....	69
5.1.	Kesimpulan.....	69

5.2. Saran.....	69
5.2.1. Bagi Perusahaan	69
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74