



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstraksi.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Penelitian.....	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pemasaran Jasa.....	5
2.1.1 Definisi Jasa	8
2.1.2 Karakteristik Jasa	9
2.1.3 Kualitas Jasa.....	10
2.1.4 Model Kualitas Jasa	12
2.1.5 Dimensi Kualitas Jasa	15



2.1.6. Total Quality Service	15
2.2. Perilaku Konsumen.....	18
2.2.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	18
2.2.2. Harapan Pelanggan.....	18
2.2.3. Model Diskonfirmasi Harapan.....	21
2.3. Hipotesis.....	22
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Pengambilan Sampel	23
3.2. Jumlah Sampel	24
3.3. Instrumen	25
3.4. Analisis Data.....	26
3.4.1. Uji Reliabilitas	26
3.4.2. Analisis Kesenjangan	27
3.4.3. Pengujian Signifikansi.....	29
 BAB IV ANALISIS	
4.1. Analisis Reliabilitas.....	31
4.2. Karakteristik Responden	32
4.2.1. Nasabah.....	33
4.2.2. Penyedia Jasa.....	38
4.3. Analisis Kesenjangan	38
4.3.1. Analisis Kesenjangan dari Nasabah	39
4.3.2. Analisis Kesenjangan dari Penyedia Jasa.....	42
4.4. Uji Signifikansi.....	45
4.4.1. Analisis Kesenjangan antara Harapan Nasabah dengan Persepsi Penyedia Jasa Mengenai Harapan Nasabah.....	46



4.4.2. Analisis Kesenjangan Antara Jasa yang Dirasakan Nasabah dengan Jasa Yang Disampaikan oleh Penyedia Jasa.....	51
4.4.3. Analisis kesenjangan antara jasa yang diharapkan nasabah dengan jasa yang dirasakan nasabah.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	58
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	