

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Lingkup Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	11
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pemasaran Internal	15
2.2.2 Jasa	19
2.2.3 <i>Internal service quality</i> (ISQ)	22
2.2.4 Kualitas yang dipersepsikan	24
2.2.5 Kepuasan pelanggan	27
 BAB III. METODE PENELITIAN	 30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Desain Penelitian	33
3.3 Lokasi Penelitian	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	35

3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Definisi Operasional Variabel	37
3.7 Validitas Konstruk Sampel Kecil.....	38
3.8 Reliabilitas Sampel Kecil	43
3.9 Metode Analisis Data	46
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	 50
4.1 Profil GITC	50
4.2 Validitas dan Relianilitas.....	51
4.2.1 Validitas konstruk sampel besar.....	51
4.2.2 Reliabilitas sampel besar	54
4.3 Analisis Servqual	57
4.3.1 Aspek <i>tangible</i> pelayanan GITC	57
4.3.2 Aspek <i>reliability</i> pelayanan GITC	59
4.3.3 Aspek <i>responsiveness</i> pelayanan GITC.....	61
4.3.4 Aspek <i>assurance</i> pelayanan GITC	64
4.3.5 Aspek <i>empathy</i> pelayanan GITC	66
4.4 <i>Importance Performance Analysis</i>	70
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	 74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
 DAFTAR PUSTAKA	 76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Nilai Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.3 <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> dan <i>Bartlett's Test</i> pada Sampel Kecil ..	40
Tabel 3.4 Hasil Validitas Item Penyusun Variabel <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Empathy</i>	42
Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4.1 <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> dan <i>Bartlett's Test</i> pada Sampel Besar...	52
Tabel 4.2 Uji Validitas Item Pembentuk Variabel Penelitian pada Sampe Besar	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian pada Sampel Besar	55
Tabel 4.4 Hasil Analisis Servqual Aspek <i>Tangible</i> Pelayanan GITC	58
Tabel 4.5 Hasil Analisis Servqual Aspek <i>Reliability</i> Pelayanan GITC..	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Servqual Aspek <i>Responsiveness</i> Pelayanan GITC.....	62
Tabel 4.7 Hasil Analisis Servqual Aspek <i>Assurance</i> Pelayanan GITC..	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis Servqual Aspek <i>Empathy</i> Pelayanan GITC	66
Tabel 4.9 Hasil Analisis Servqual Pelayanan GITC.....	68
Tabel 4.10 Nilai Batas Area dalam <i>Importance Performance Analysis</i> .	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model <i>Service-Profit Chain</i>	17
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Penentu <i>Customer Perceived Value</i>	27
Gambar 3.1 Desain Pemikiran.....	34
Gambar 3.2 Matriks <i>Importance-Performance Analysis</i>	47
Gambar 4.1 Penilaian Aspek <i>Tangible</i> Pelayanan Kenyataan- Ekpektasi dan Gap.....	59
Gambar 4.2 Penilaian Aspek <i>Reliability</i> Pelayanan Kenyataan- Ekpektasi dan Gap.....	61
Gambar 4.3 Penilaian Aspek <i>Responsiveness</i> Pelayanan Kenyataan- Ekpektasi dan Gap.....	63
Gambar 4.4 Penilaian Aspek <i>Assurance</i> Pelayanan Kenyataan- Ekpektasi dan Gap.....	65
Gambar 4.5 Penilaian Aspek <i>Empathy</i> Pelayanan Kenyataan- Ekpektasi dan Gap.....	67
Gambar 4.6 Penilaian Aspek Pelayanan Kenyataan-Ekpektasi dan Gap	69
Gambar 4.7 Peta Kepentingan-Kinerja (<i>Importance-Performance</i>) Pelayanan GITC	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN I.A VALIDITAS CFA SAMPEL KECIL.....	80
LAMPIRAN I.B RELIABILITAS SAMPEL KECIL.....	84
LAMPIRAN II.A VALIDITAS CFA SAMPEL BESAR	90
LAMPIRAN II.B RELIABILITAS SAMPEL BESAR	93
LAMPIRAN III SERVQUAL.....	98
LAMPIRAN IV <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS</i>	101
LAMPIRAN V KUISIONER.....	103