

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I PENDAHULUAN

I.1	Latar Belakang	I-1
I.2	Rumusan Masalah	I-3
I.3	Tujuan Penelitian	I-3
I.4	Batasan dan Asumsi Masalah	I-3
I.5	Penelitian Terdahulu yang Relevan	I-5
I.6	Sistematika Laporan	I-5

BAB II LANDASAN TEORI

II.1	Hakikat Jasa Pelayanan	II-1
	II.1.1 Definisi Jasa	II-2
	II.1.2 Pentingnya Pengukuran Kepuasan	II-3
II.2	Karakteristik Jasa	II-4
II.3	Kualitas Jasa (<i>Service Quality</i>)	II-5
	II.3.1 Memahami Makna Kepuasan Pelanggan	II-7
II.4	Metode ServQual	II-8
	II.4.1 Jasa yang Diharapkan	II-9

II.4.2	Jasa yang Dipersepsikan.....	II-10
II.4.3	Dimensi Kualitas Jasa	II-10
II.5	Model Kesenjangan Kepuasan Pelanggan	II-12
II.6	Pengujian Kuesioner	II-15
II.6.1	Korelasi Item.....	II-15
II.6.2	Validitas	II-16
II.6.3	Reliabilitas (Keandalan Alat Ukur).....	II-17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1	Tujuan Penelitian	III-1
III.2	Perumusan Masalah	III-1
III.3	Studi Pustaka.....	III-1
III.4	Survey Awal.....	III-1
III.5	Penentuan Model Penelitian.....	III-2
III.6	Identifikasi Variabel-variabel Penelitian	III-2
III.7	Penentuan Teknik Pengumpulan Data	III-3
III.7.1	Perancangan Kuesioner	III-3
III.7.2	Teknik Penentuan Obyek dan Sampel Penelitian.....	III-3
III.7.3	Teknik Pengolahan Data Awal	III-3
III.8	Pengumpulan dan Pengolaan Data.....	III-3
III.8.1	Pengumpulan Data	III-3
III.8.2	Pengolaan Data.....	III-3
III.9	Analisis dan Interpretasi Hasil.....	III-4
III.10	Simpulan dan Saran.....	III-4

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

IV.1	Pengumpulan Data	IV-1
IV.1.1	Data Umum	IV-1
IV.1.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	IV-1
IV.1.1.2	Lokasi Perusahaan	IV-3

	IV.1.1.3 Tenaga Kerja.....	IV-3
	IV.1.1.4 Struktur Organisasi	IV-3
IV.2	Penyebaran Kuesioner.....	IV-9
	IV.2.1 Variabel-Variabel Penelitian.....	IV-9
	IV.2.2 Pengumpulan dan Pengolaan Data.....	IV-10
	IV.2.2.1 Pengumpulan dan Pengolaan Data Petugas Pelayanan.....	IV-10
	IV.2.2.2 Pengumpulan dan Pengolaan Data Konsumen.....	IV-11
	IV.2.2.3 Identitas Responden	IV-12
	IV.2.2.4 Korelasi Item-Total Item.....	IV-14
	IV.2.2.5 Perhitungan Kualitas Jasa	IV-15
	IV.2.2.6 Perhitungan Kualitas Penyediaan Jasa Terhadap Harapan Konsumen	IV-21

BAB V ANALISIS

V.1	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	V-1
	V.1.1 Analisis Pengolahan Data Petugas Pelayanan.....	V-1
	V.1.2 Analisis Pengolahan Data Konsumen	V-2
V.2	Analisis Perhitungan Kualitas Jasa	V-3
	V.2.1 Analisis Dimensi <i>Tangibles</i> Pada Konsumen.....	V-5
	V.2.2 Analisis Dimensi <i>Reliability</i> Pada Konsumen.....	V-6
	V.2.3 Analisis Dimensi <i>Responsiveness</i> Pada Konsumen.....	V-9
	V.2.4 Analisis Dimensi <i>Assurance</i> Pada Konsumen.....	V-12
	V.2.5 Analisis Dimensi <i>Emphaty</i> Pada Konsumen.....	V-14

V.3	Pemahaman Penyedia Jasa Terhadap	
	Harapan Konsumen.....	V-15

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

VI.1	Simpulan	VI-1
VI.2	Saran.....	VI-2

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kriteria Penentuan Tingkat Korelasi Item menurut Guilford.....	II-36
Tabel 3.1	Variabel-Variabel Penelitian.....	III-2
Tabel 4.1	Variabel-Variabel Manifes Penilaian Ekspektasi dan Persepsi Konsumen dan Petugas Pelayanan.....	IV-9
Tabel 4.2	Pengujian Reliabilitas N = 45	IV-11
Tabel 4.3	Pengujian Reliabilitas N = 120	IV-12
Tabel 4.4	Korelasi Item-Total Data Performansi Konsumen N = 120 .	IV-14
Tabel 4.5	Korelasi Item-Total Data Ekspektasi Konsumen N = 120....	IV-14
Tabel 4.6	Korelasi Item-Total Data Performansi Konsumen N = 45 ...	IV-15
Tabel 4.7	Korelasi Item-Total Data Ekspektasi Konsumen N = 45.....	IV-15
Tabel 4.8	Bobot Kepentingan Konsumen Variabel Laten <i>Tangibles</i> ..	IV-16
Tabel 4.9	Bobot Kepentingan Konsumen Variabel Laten <i>Reliability</i> ..	IV-16
Tabel 4.10	Bobot Kepentingan Konsumen Variabel Laten <i>Responsiveness</i>	IV-16
Tabel 4.11	Bobot Kepentingan Konsumen Variabel Laten <i>Assurance</i> ..	IV-17
Tabel 4.12	Bobot Kepentingan Konsumen Variabel Laten <i>Empathy</i>	IV-17
Tabel 4.13	Gap Persepsi dan ekspektasi Konsumen Variabel Laten <i>Tangibles</i>	IV-18
Tabel 4.14	Gap Persepsi dan ekspektasi Konsumen Variabel Laten <i>Reliability</i>	IV-18
Tabel 4.15	Gap Persepsi dan ekspektasi Konsumen Variabel Laten <i>Responsiveness</i>	IV-18
Tabel 4.16	Gap Persepsi dan ekspektasi Konsumen Variabel Laten <i>Assurance</i>	IV-19
Tabel 4.17	Gap Persepsi dan ekspektasi Konsumen Variabel Laten <i>Empathy</i>	IV-19

Tabel 4.18	Nilai <i>Serqual</i> Konsumen Variabel Laten <i>Tangibles</i>	IV-20
Tabel 4.19	Nilai <i>Serqual</i> Konsumen Variabel Laten <i>Reliability</i>	IV-20
Tabel 4.20	Nilai <i>Serqual</i> Konsumen Variabel Laten <i>Responsiveness</i>	IV-20
Tabel 4.21	Nilai <i>Serqual</i> Konsumen Variabel Laten <i>Assurance</i>	IV-21
Tabel 4.22	Nilai <i>Serqual</i> Konsumen Variabel Laten <i>Empathy</i>	IV-21
Tabel 4.23	Persepsi Petugas Pelayanan Terhadap Harapan Konsumen dan Harapan Konsumen yang Sesungguhnya.....	IV-22
Tabel 4.24	Faktor Penyebab Gap antara Harapan dan Dugaan Manajemen tentang Kualitas Pelayanan	IV-22
Tabel 4.25	Aspek-Aspek <i>Marketing Research Orientation</i>	IV-23
Tabel 4.26	Aspek-Aspek <i>Upward Communication</i>	IV-23
Tabel 4.27	Faktor yang Mempengaruhi Formalisasi Standard	IV-23
Tabel 4.28	Aspek-Aspek Standarisasi Tugas	IV-23
Tabel 4.29	Faktor Penyebab Gap antara Harapan dan Dugaan Petugas Pelayanan tentang Kualitas Pelayanan	IV-24
Tabel 4.30	Aspek-Aspek <i>Teamwork</i>	IV-24
Tabel 4.31	Aspek-Aspek <i>Employee Job Fit</i>	IV-24
Tabel 4.32	Aspek-Aspek <i>Supervisory Control System</i>	IV-24
Tabel 4.33	Aspek-Aspek <i>Role Ambiguity</i>	IV-24
Tabel 4.34	Faktor Kesenjangan antara Pelayanan yang Dijanjikan dengan yang diberikan	IV-25
Tabel 4.35	Aspek-Aspek <i>Horizontal Communication</i>	IV-25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Dasar Kualitas Pelayanan	II-6
Gambar 2.2	Model Kualitas Pelayanan.....	II-6
Gambar 2.3	Diagram Proses Kepuasan Pelanggan.....	II-12
Gambar 2.4	<i>Gaps Model of Service Quality</i>	II-13
Gambar 3.1	Metodologi Penelitian	III-5
Gambar 4.1	Lokasi PT PLN Rayon Rivai Palembang.....	IV-3
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT PLN (Persero) Rayon Rivai Palembang.....	IV-7
Gambar 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	IV-12
Gambar 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	IV-12
Gambar 4.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	IV-13
Gambar 4.6	Identitas Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	IV-13
Gambar 4.7	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	IV-13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Persepsi Konsumen N = 120	L-7
Lampiran B	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Ekspektasi Konsumen N = 120	L-10
Lampiran C	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Bobot Konsumen N = 120	L-13
Lampiran D	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Persepsi Petugas Pelayanan PLN N = 45	L-16
Lampiran E	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Bobot Petugas Pelayanan PLN N = 45	L-18
Lampiran F	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Konsumen N = 120	L-20
Lampiran G	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Ekspektasi Konsumen N = 120	L-22
Lampiran H	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Bobot Konsumen N = 120	L-20
Lampiran I	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Petugas Pelayanan PLN N = 45	L-26
Lampiran J	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Bobot Petugas Pelayanan PLN N = 45	L-28
Lampiran K	Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	L-30