

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-3
1.3 Batasan dan Asumsi	I-3
1.4 Tujuan Penelitian	I-3
1.5 Manfaat Penelitian	I-3
1.6 Sistematika Penulisan	I-4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Jasa	II-1
2.1.1 Pengertian Jasa	II-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	II-1
2.2 Kualitas Layanan	II-3
2.2.1 Pengertian Kualitas	II-3
2.2.2 Konsep Kualitas Layanan	II-3
2.2.3 Dimensi Kualitas Layanan	II-4
2.3 Perilaku Konsumen	II-9
2.3.1 Persepsi Konsumen	II-9
2.3.2 Kepuasan Konsumen	II-10
2.3.3 Harapan Konsumen	II-11
2.3.4 Tingkat Kepuasan Konsumen	II-12
2.4 Analisis Data Kuantitatif	II-13
2.5 Teknik Sampling	II-14

2.5.1	<i>Sampling</i> Probabilistik	II-15
2.5.2	<i>Sampling</i> Nonprobabilistik	II-15
2.6	Instrumen Penelitian	II-15
2.6.1	Kuesioner	II-15
2.6.2	Skala Penelitian	II-16
2.7	Pengukuran Instrumen Penelitian	II-18
2.7.1	Uji Kecukupan Data	II-18
2.7.2	Uji Validitas	II-18
2.7.3	Uji Reabilitas	II-19
2.8	Teori <i>Fuzzy</i>	II-20
2.8.1	Himpunan <i>Fuzzy</i>	II-20
2.8.2	Fungsi Keanggotaan	II-22
2.8.3	Teori Set <i>Fuzzy</i>	II-23
2.8.4	<i>Triangular Fuzzy Number</i>	II-23
2.8.5	Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi	II-24
2.9	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	II-25
2.10	PGCV	II-27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	III-1
3.2	Metode Pengumpulan Data	III-1
3.3	Langkah-Langkah Penelitian	III-1
3.4	Kerangka Penelitian	III-5
3.5	Diagram Alir Pengolahan Data	III-6
3.6	Analisis Hasil	III-8
3.7	Kesimpulan dan Saran	III-8

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL

4.1	Pengumpulan Data	IV-1
4.1.1	Metode Pengumpulan Data	IV-1
4.1.2	Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner	IV-2
4.1.3	Profil <i>The Lost World Castle</i> (TLWC)	IV-4
4.2	Pengolahan Data	IV-4
4.2.1	Uji Kecukupan Data	IV-4

4.2.2	Uji Validitas Data	IV-5
4.2.3	Uji Reabilitas	IV-7
4.2.4	<i>Fuzzy-Servqual</i>	IV-7
4.2.5	Metode <i>Importance Performanced Analysis</i>	IV-13
4.2.6	Metode <i>Successive Interval</i>	IV-16
4.2.7	Index <i>Potential Gain Customer Value</i> (PGCV)	IV-16
4.4	Analisis Hasil	IV-17
4.4.1	Analisis <i>Fuzzy-Servqual</i>	IV-19
4.4.2	Analisis <i>Importance Performanced Analysis</i> (IPA)	IV-19
4.4.3	Analisis Index <i>Potential Gain Customer Value</i>	IV-22
4.5	Penentuan Strategi Perbaikan	IV-22

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	V-1
5.2	Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kualitas Jasa	II-6
Gambar 2.2	Pengaruh Harapan Terhadap Kepuasan	II-12
Gambar 2.3	Kurva Segitiga	II-24
Gambar 2.4	Kuadran <i>Index Performance Analysis</i>	II-26
Gambar 3.1	Variabel Linguistik Persepsi	III-2
Gambar 3.2	Kerangka Penelitian	III-5
Gambar 3.3	Diagram Alir Pengolahan Data	III-6
Gambar 4.1	Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Performansi	IV-8
Gambar 4.2	Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Ekspektasi	IV-8
Gambar 4.3	Diagram <i>Importanc Performanced Analysis</i> (IPA)	IV-14

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tingkatan reliabel	II-20
Tabel 4.1	Operasional Variabel	IV-2
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	IV-5
Tabel 4.3	Hasil Uji Reabilitas	IV-7
Tabel 4.3	Fuzzifikasi Performansi	IV-9
Tabel 4.4	Fuzzifikasi Ekspektasi	IV-10
Tabel 4.5	Defuzzifikasi	IV-12
Tabel 4.6	Perhitungan Index <i>Potential Gain Customer Value</i> (PGCV)	IV-17
Tabel 4.7	Strategi Perbaikan Menggunakan 5W+1H	IV-25