

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persembahan	iii
Motto	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Tinjauan Teori	8
1.5.1.1 Pemasaran Jasa	8
1.5.2.1 Pengertian Jasa	9
1.5.3.1 Karakteristik Jasa Dan Klasifikasi Jasa	9
1.5.1.1 Kualitas Pelayanan	10
1.5.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	11
1.5.1.1.3 Menilai Kualitas Pelayanan	12
1.5.1.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
1.5.1.2 Pengertian Persepsi	14

1.5.1.3 Pengertian Importance Performance Analysis.....	14
1.5.1.4 Pengertian Indeks Potential Gain Customer Value	15
1.5.2 Tinjauan Empirik	16
1.6 Kerangka Pemikiran	27
1.7 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional	28
1.7.1 Definisi Konsep	28
1.7.2 Definisi Operasional	29
1.8 Metode Penelitian	39
1.8.1 Tipe Penelitian	39
1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian	39
1.8.3 Lokasi Penelitian	39
1.8.4 Sumber Data	40
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	40
1.8.6 Skala Pengukuran	40
1.8.7 Populasi Dan Sampel	41
1.8.8 Teknik Sampling	42
1.8.9.1 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas.....	43
1.8.9.1 Uji Validitas	43
1.8.9.2 Uji Realibilitas	44
1.8.10 Teknik Analisis Data	44
1.8.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	44

1.8.10.2 Uji Importance Performance Analysis	45
1.8.10.3 Indeks Potential Gain Customer Value	48
BAB II Gambaran Umum Perusahaan	51
2.1 Sejarah Perusahaan	51
2.2 Visi Dan Misi Perusahaan	54
2.3 Logo Perusahaan	54
2.4 Lokasi Penelitian	54
2.5 Jam Operasional	55
2.6 Struktur Organisasi	55
BAB III Analisis Data Dan Pembahasan	56
3.1 Karakteristik Responden	56
3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	61
3.2.1 Uji Validitas	61
3.2.2 Uji Realibilitas	61
3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	64
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Realibilitas (Realibility).....	65
A. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Mampu Memberikan Materi Yang Sesuai Dengan Dengan Waktu Yang Telah Disepakati	66
B. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Dapat Menjelaskan Materi Yang Dijelaskan Secara Akurat Yang Sesuai Dengan Sistem Kurikulum Yang Berlaku	68
C. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Mampu Menjelaskan Materi Dengan Baik, Jelas, Dan Dimengerti.....	71

3.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Daya Tanggap (Responsiveness).....	73
A. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Mampu Untuk Cepat Tanggap Atas Keluhan Pelanggan Yang Berupa Materi Yang Dijelaskan	73
B. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Bersedia Membantu Pelanggan Dalam Mengerjakan Tugas Yang Tidak Dipahami.....	76
C. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Selalu Siap Dalam Merespon Permintaan Pelanggan. Berupa Mengerjakan Soal Yang Diberikan	78
3.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Jaminan (Assuranvce).....	80
A. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Mampu Menyampaikan Materi Pembelajaran Yang Dijelaskan Kepada Pelanggan.....	81
B. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Dapat Menjawab Pertanyaan – Pertanyaan Yang Diberikan Para Pelanggan	83
C. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Dapat Berkomunikasi Yang Baik Dengan Pelanggan Untuk Melakukan Sebuah Pembelajaran	86
3.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Empati (Emphaty).....	88
A. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Mampu Memberikan Perhatian Secara Personal Kepada Pelanggan, Jika Pelanggan Tidak Mengerti Dengan Materi Yang Diberikan.....	88
B. Pengajar Bimbel Online Ruangguru Dapat Memahami Masalah Pelanggan Terhadap Soal Yang Tidak Di Pahami Pelanggan. Sungguh-Sungguh Dalam Memberikan Perhatian Personal Kepada Para Pelangganya	91
C. Website Ruangguru Memiliki Fitur Layanan Interaktif.....	93
D. Website Ruangguru Dapat Dipersonalisasi Sesuai Dengan Pengguna.....	96
3.3.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Bukti Fisik (Tangibles).....	98

A. Desain Aplikasi Ruangguru Memiliki Tampilan Yang Menarik.....	98
B. Aplikasi Ruangguru Memiliki Teknologi Yang Terkini.....	101
C. Situs Aplikasi Ruangguru Rapi.....	103
3.3.6 Rekap Data Hasil Penyebaran Kuesioner	105
3.4 Hasil Penelitian	107
3.4.1 Importance Performance Analysis (IPA).....	107
3.4.2 Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV)	115
3.5 Pembahasan.....	120
3.5.1 Importance Performance Analysis (IPA).....	120
3.5.2 Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV)	122
BAB IV Penutup	127
4.1 Kesimpulan	127
4.2 Saran	129
Daftar Pustaka.....	130