

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Batasan masalah.....	3
1.4 Tujuan penelitian.....	3
1.5 Manfaat penelitian.....	3
1.6 Sistematika penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Jasa.....	5
2.1.1 Pengertian jasa.....	5
2.1.2 Karakteristik pemasaran jasa.....	5
2.2 Pelayanan.....	6
2.2.1 Definisi pelayanan.....	6
2.2.2 Kualitas pelayanan.....	7
2.2.3 Dimensi dan indikator kualitas pelayanan.....	7
2.3 <i>E-Commerce</i>	8
2.3.1 Definisi <i>e-commerce</i>	8
2.3.2 Karakteristik <i>e-commerce</i>	8
2.3.3 Model <i>e-commerce</i>	8
2.4 <i>Digital agency</i>	9
2.5 Konten kreator.....	9

2.5.1	Definisi konten kreator.....	9
2.5.2	Tujuan konten kreator.....	9
2.5.3	Tugas konten kreator.....	9
2.6	Fokus pada pelanggan.....	10
2.6.1	Pelanggan.....	10
2.6.2	Kepuasan pelanggan.....	10
2.6.3	Faktor pengaruh kualitas pelayanan.....	11
2.6.4	Metode pengukuran kepuasan pelanggan.....	12
2.7	Teknik analisis data.....	13
2.7.1	Sampel.....	13
2.7.1.1	Teknik pengambilan sampel.....	13
2.7.1.2	Penentuan jumlah sampel.....	14
2.7.2	Uji validitas dan reliabilitas.....	15
2.7.2.1	Uji validitas.....	15
2.7.2.2	Uji reliabilitas.....	16
2.7.3	Metode <i>service quality</i>	16
2.7.4	Model kano.....	19
2.8	Komunikasi.....	21
2.8.1	Pengertian komunikasi.....	21
2.8.2	Tujuan komunikasi.....	21
2.8.3	Fungsi komunikasi.....	21
2.9	Penelitian terdahulu.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Objek penelitian.....	25
3.2	Pengumpulan data.....	25
3.2.1	Jenis data.....	25
3.2.2	Metode pengumpulan data.....	25
3.2.3	Identifikasi penelitian.....	26
3.2.4	Penentuan jumlah sampel.....	27
3.3	Kerangka penelitian.....	27
3.4	Pengolahan data.....	27

3.5	Analisis hasil.....	28
3.6	Kesimpulan dan saran.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Pengumpulan data.....	30
4.1.1	Profile diantara <i>agency</i>	30
4.1.2	Identifikasi atribut.....	30
4.2	Pengolahan data.....	32
4.2.1	Uji kecukupan data.....	33
4.2.2	Uji validitas.....	34
4.2.3	Uji reliabilitas.....	36
4.2.4	Metode <i>servqual</i>	37
4.2.5	Model kano.....	42
4.3	Analisis hasil.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Evaluasi Kano.....	21
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Atribut Identifikasi Penelitian.....	27
Tabel 4.1	Identifikasi Atribut Pelayanan.....	31
Tabel 4.2	Uji Validitas.....	35
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.4	Nilai Kinerja, Nilai Harapan, dan Kesenjangan Setiap Atribut....	40
Tabel 4.5	Nilai Rata-Rata Setiap Dimensi <i>Servqual</i>	43
Tabel 4.6	Tingkat Kepentingan Implisit dan Eksplisit Setiap Atribut.....	44
Tabel 4.7	Atribut Kepuasan Berdasarkan Pendekatan Model Kano.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kano.....	21
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 3.2 Pengolahan Data.....	29
Gambar 4.1 Diagram Klasifikasi Kepentingan Implisit dan Eksplisit.....	45