

2.2	Definisi Jasa	9
2.3	Kualitas Jasa (Service Quality)	10
2.4	Dimensi Kualitas Jasa	11
2.5	Persepsi Konsumen	12
2.5.1	Tingkat Kepentingan dan Kinerja Perusahaan	14
2.6	Kepuasan Konsmen.....	15
2.7	Strategi Perusahaan Meningkatkan Kualitas Pelayanan	16
2.8	<i>Importance Performance Analysis</i>	17
2.8.1	Tingkat Kesesuaian	19
2.8.2	Analisis <i>Importance Performance Matrix</i>	20
2.9	<i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	21
2.10	Alat dan Teknik Pengumpulan Data	22
2.10.1	Kuisioner	22
2.10.2	Sampling.....	22
2.10.3	Teknik Pengujian Instrumen.....	23
2.10.3.1	Uji Validitas.....	23
2.10.3.2	Uji Realiabilitas.....	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Objek Penelitian	25
3.2	Identifikasi Masalah	25
3.3	Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1	Pengumpulan Data	26

3.2.2	Data Yang Dibutuhkan.....	27
3.4	Pengolahan Data.....	28
3.4.1	Uji Validitas	28
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.4.3	Uji Kecukupan Data.....	30
3.4.4	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	31
3.4.4.1	Analisis Tingkat Kesesuaian	31
3.4.4.2	Analisis Diagram Kartesius.....	32
3.4.5	<i>Analisis Potential Gain in Customer Value</i>	34
3.5	Definisi Operasional.....	35
3.6	Analisis Penelitian.....	38
3.7	Kesimpulan dan Saran.....	38
3.8	Diagram Alir Penelitian	39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		40
4.1	Pengumpulan Data	40
4.1.1	Data Perusahaan	40
4.1.1.1	Sejarah Berdirinya Perum Pegadaian	40
4.1.1.2	Perum Pegadaian Cabang Pakem Yogyakarta.....	41
4.1.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	42
4.1.1.4	Tujuan dan Sifat Perusahaan	42
4.1.1.5	Budaya Perusahaan.....	43

4.1.1.6	Struktur Organisasi.....	43
4.1.1.7	Produk Pegadaian.....	45
4.1.1.8	Pelayanan Jasa Pegadaian.....	48
4.2	Pengolahan Data.....	50
4.2.1	Uji Validitas.....	51
4.2.2	Uji Realibilitas.....	56
4.2.3	Uji Kecukupan Data.....	57
4.2.4	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	58
4.2.4.1	Tingkat Kesesuaian.....	58
4.2.4.2	Diagram Kartesius.....	61
4.2.5	<i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	62
BAB V PEMBAHASAN.....		66
5.1	Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	66
5.1.1	Pengujian Validitas.....	66
5.1.2	Pengujian Realibilitas.....	66
5.2	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	67
5.2.1	Kuadran I.....	68
5.2.2	Kuadran II.....	72
5.2.3	Kuadran III.....	74
5.2.4	Kuadran IV.....	75
5.3	<i>Analisis Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i>	76

BAB VI Kesimpulan dan Saran	80
6.1 Kesimpulan.....	80
6.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.1 Pertanyaan dimensi Berwujud (<i>Tangible</i>).....	35
Tabel 3.5.2 Pertanyaan dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>).....	36
Tabel 3.5.3 Pertanyaan dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	36
Tabel 3.5.4 Pertanyaan dimensi Jaminan (<i>Assurnce</i>).....	37
Tabel 3.5.5 Pertanyaan dimensi Empati (<i>Emphaty</i>).....	37
Tabel 4.1.1.7 Perhitungan Kredit.....	45
Tabel 4.2.1 Uji Validitas Atribut.....	52
Tabel 4.2.4.1 Tingkat Kesesuaian Atribut.....	59
Tabel 4.2.4.1.1 Keputusan Hold &Action.....	60
Tabel 4.2.5 Tabel Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kinerja &TingkatKepentingan	62
Tabel 4.2.5.1 Perhitungan Indeks PGCV I.....	64
Tabel 5.2.1 Atribut-atribut dalam kuadran I.....	68
Tabel 5.2.1.2 Atribut-atribut dalam kuadran II.....	72
Tabel 5.2.1.3 Atribut-atribut dalam kuadran III.....	75
Tabel 5.2.1.4 Atribut-atribut dalam kuadran IV.....	76
Tabel 5.3 Atribut-atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan <i>PGCV</i>	78