

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Landasan Pemikiran.....	7
F. Metodologi Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
A. Optimalisasi Pelayanan.....	23
1. Pengertian Optimalisasi	23
2. Pengertian Pelayanan.....	23
3. Tujuan Pelayanan.....	25
4. Bentuk Pelayanan	25
5. Jenis Pelayanan.....	27
6. Faktor-Faktor Pelayanan.....	28

7. Kualitas Pelayanan.....	31
B. Pengertian Jamaah Masjid	35
1. Pengertian Masjid	35
2. Sejarah Masjid	37
3. Fungsi Masjid	39
4. Tipologi Masjid	43
5. Pengertian Jamaah	47
6. Tipologi Jamaah.....	48
C. Kepuasan.....	49
1. Pengertian Kepuasan	49
2. Faktor Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	50
3. Faktor Dalam Mengukur Kepuasan Konsumen	52
4. Indikator Kepuasan.....	53
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Masjid Besar Cipaganti.....	56
1. Sejarah Masjid Besar Cipaganti.....	56
2. Kondisi Objektif Masjid Besar Cipaganti	59
3. Visi dan Misi Masjid Besar Cipaganti.....	60
4. Struktur Kepengurusan Masjid Besar Cipaganti	61
B. Hasil Penelitian.....	66
1. Tangible (Bukti Nyata) Pelayanan Dalam Memberikan Kepuasan Bagi Jamaah	67
2. Reliability (Kehandalan) Pelayanan Dalam Memberikan Kepuasan Bagi Jamaah	73
3. Responsiveness (Daya Tanggap) Pelayanan Dalam Memberikan Kepuasan Bagi Jamaah.....	76
4. Assurance (Jaminan) Pelayanan Dalam Memberikan Kepuasan Bagi Jamaah	80
5. Empathy (Empati) Pelayanan Dalam Memberikan Kepuasan Bagi Jamaah	84
C. Pembahasan	86

1. Tangible	86
2. Reliability	91
3. Responsiveness	94
4. Assurance.....	96
5. Empathy.....	99
BAB IV PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	111

