

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	I – 1
1.2 Perumusan Masalah	I – 3
1.3 Tujuan Penelitian	I – 3
1.4 Manfaat Penelitian	I – 4
1.5 Batasan Masalah	I – 5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	II – 1
2.1.1 Matriks HoQ (<i>House of Quality</i>)	II – 1
2.2 <i>Service Quality (ServQual)</i>	II – 5
2.3 Matriks Klein Grid	II – 6
2.4 <i>Weighted Average Performance (WAP)</i>	II – 8
2.5 <i>TRIZ (Teoriya Resheniya Izobretatelskikh Zadatch)</i>	II – 8
2.5.1 Kontradiksi di balik suatu masalah	II – 9
2.5.2 Memetakan Sumber Daya	II – 9
2.5.3 Prinsip Inovasi : 40 Cara Menghasilkan Solusi	II – 10
2.6 Code Division Multiple Access	II – 13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual	III – 1
3.2 Sistematisasi Pemecahan Masalah	III – 2
3.2.1 Tahap Pendahuluan	III – 4
3.2.1.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah	III – 4
3.2.1.2 Tujuan Penelitian	III – 4
3.2.1.3 Studi Literatur dan Studi Lapangan	III – 4
3.2.2 Tahap Pengumpulan Data	III – 4
3.2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data	III – 4
3.2.2.2 Penentuan Metode Pengumpulan Data	III – 5

3.2.2.3	Identifikasi Kebutuhan Pelanggan Flexinet	III – 5
3.2.2.4	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Kebutuhan Pelanggan	III - 6
3.2.3	Tahap Pengolahan Data	III – 7
3.2.4	Tahap Analisis Data	III – 8
3.2.5	Kesimpulan dan Saran	III – 9

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Identifikasi Kebutuhan Konsumen Flexinet	IV – 1
4.1.1	Perancangan Panduan Wawancara	IV – 1
4.1.2	Penentuan Jumlah Responden	IV – 1
4.1.3	Pelaksanaan Wawancara	IV – 2
4.1.4	Pengolahan Hasil Wawancara	IV – 2
4.2	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Flexinet	IV – 3
4.2.1	Perancangan Kuisisioner	IV – 3
4.2.2	Penentuan Sampel	IV – 4
4.2.3	Pelaksanaan Penyebaran Kuisisioner	IV – 4
4.2.4	Pengolahan Hasil Kuesioner	IV – 4
4.3	Identifikasi Tingkat Kepuasan Konsumen Kompetitor (akses internet Starone)	IV – 5
4.3.1	Perancangan Kuisisioner Pesaing	IV – 5
4.3.2	Penentuan Sampel dan Pelaksanaan Penyebaran Kuisisioner	IV – 5
4.3.3	Pengolahan Hasil Kuisisioner pesaing	IV – 6
4.4	Perancangan <i>House of Quality</i> (QFD Iterasi 1)	IV – 6
4.4.1	Pembuatan Matriks Perencanaan	IV – 6
4.4.2	Pembuatan Matriks Karakteristik Teknis	IV – 15
4.4.3	Pembuatan Matriks Kekuatan Hubungan antara Atribut Kebutuhan – Karakteristik Teknis (<i>Relationships Matrix</i>)	IV – 17
4.4.4	Pembuatan Matriks Korelasi antar Karakteristik Teknis	IV – 17
4.4.5	Pembuatan Matriks Teknis	IV – 18
4.4.5.1	Penentuan Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis	IV – 18
4.4.5.2	Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi	IV – 19
4.4.5.3	Pengidentifikasian <i>Technical Competitive</i>	IV – 20

Benchmarking

BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI

5.1	Analisis Matriks <i>House of Quality</i>	V – 1
5.1.1	Analisis Matriks Kebutuhan Pelanggan	V – 1
5.1.2	Analisis Matriks Perencanaan (<i>Planning Matrix</i>)	V – 1
5.1.2.1	Analisis Tingkat Kepentingan	V – 1
5.1.2.2	Analisis Tingkat Kepuasan	V – 4
5.1.2.3	Analisis Goal	V – 6
5.1.2.4	Analisis Improvement Ratio	V – 7
5.1.2.5	Analisis Sales Point	V – 8
5.1.2.6	Analisis Raw Weight	V – 9
5.1.3	Analisis Matriks Hubungan antara Atribut Kebutuhan dan Karakteristik Teknis (<i>Relationships Matrix</i>)	V – 9
5.1.4	Analisis Matriks Korelasi Karakteristik Teknis	V – 10
5.1.5	Analisis Matriks Teknis (<i>Technical Matrix</i>)	V – 10
5.1.5.1	Analisis Nilai Kontribusi masing-masing Karakteristik Teknis	V – 10
5.2	Analisis Kontradiksi antar Karakteristik Teknis dengan metode TRIZ	V – 11
5.3	Analisis Umum	V – 12
5.3.1	Analisis Objek Penelitian	V – 12
5.3.2	Analisis Pesaing	V – 13
5.4	Analisis Dimensi Tarif	V – 13
5.5	Konsep Perbaikan Layanan Flexinet	V – 16

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	VI – 1
6.2	Saran	VI – 4
6.2.1	Saran untuk PT TELKOM	VI – 4
6.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	VI – 4