

16. Teman-teman alumni SMAN 4 Denpasar yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya disini, terima kasih atas saran dan perhatiannya.

Untuk kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Amin.*

Bandung, Oktober 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	
i	
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	
ii	
<b>PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR</b> .....	
vi	
<b>ABSTRAKSI</b> .....	
iii	
<b>ABSTRACT</b> .....	
iv	
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	
vii	
<b>DAFTAR ISI</b> .....	
ix	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	
xiii	

<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	
xiv	
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	
xvi	
<b>DAFTAR PERSAMAAN/RUMUS</b> .....	
xviii	
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	
xix	
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	
xx	
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	
1	
I.2 Perumusan Masalah .....	
5	
I.3 Tujuan Penelitian .....	
5	
I.4 Manfaat Penelitian .....	
5	
I.5 Batasan Masalah .....	
6	
I.6 Sistematika Penulisan.....	
6	
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
II.1 Jasa dan Strategi Jasa .....	
8	
II.2 <i>Service Cycle</i> .....	
8	

II.3 Kualitas Jasa .....	9
II.3.1 Definisi Kualitas Jasa .....	9
II.3.2 Dimensi Kualitas Jasa .....	10
II.3.3 Persepsi Terhadap Kualitas Layanan .....	11
II.3.4 Harapan Konsumen .....	11
II.3.5 Kepuasan Konsumen .....	11
II.4 <i>Servqual</i> .....	13
II.4.1 Penyebab Kegagalan Penyampaian Jasa .....	15
II.5 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i> .....	16
II.5.1 Konsep dan Manfaat QFD .....	17
II.5.2 Komponen-komponen Dasar <i>House of Quality</i> .....	18
II.5.2.1 <i>Voice of Customer</i> .....	18
II.5.2.2 Tingkat Kepentingan Konsumen .....	18
II.5.2.3 Tingkat Kepuasan Konsumen .....	19
II.5.2.4 <i>Customer Competitive Evaluation</i> .....	19

II.5.2.5 <i>Technical Requirement</i> .....	19
II.5.2.6 <i>Relationship</i> .....	20
II.5.2.7 <i>Technical Correlation Co – Relationship</i> .....	20
II.5.2.8 <i>Improvement Ratio</i> .....	20
II.5.2.9 <i>Operation Goal/Target</i> .....	20
II.5.3 <i>Langkah-langkah Pembuatan House of Quality</i> .....	22
II.6 <i>Weight Average Performance (WAP)</i> .....	26
II.7 <i>Model Kano</i> .....	26
II.7.1 <i>Konsep Model Kano</i> .....	26
II.7.2 <i>Pengklasifikasian Atribut Berdasarkan Model Kano</i> .....	30
II.8 <i>Framework for the integration of Kano’s model and SERVQUAL into QFD ...</i>	33
II.9 <i>Teknik Sampling</i> .....	34
II.9.1 <i>Ukuran Sampling</i> .....	34
II.9.2 <i>Metode Sampling</i> .....	35
II.10 <i>Studi Literatur</i> .....	35

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

III.1 Model Konseptual .....	39
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah .....	41
III.2.1 Tahap awal .....	42
III.2.1.1 Studi Pustaka dan Studi Lapangan .....	42
III.2.1.2 Perumusan Masalah .....	43
III.2.1.3 Tujuan Penelitian .....	43
III.2.1.4 Survei Awal .....	43
III.2.1.5 Pembuatan <i>Service Cycle</i> .....	43
III.2.1.6 Perancangan Elemen-Elemen Dimensi <i>Servqual</i> .....	43
III.2.1.7 Validasi oleh Manajemen .....	44
III.2.2 Tahap <i>Servqual</i> dan Kano .....	45
III.2.2.1 Perancangan Kuesioner .....	45
III.2.2.2 Penetapan Populasi dan Teknik Pengambilan Data .....	46
III.2.2.3 Pengumpulan Data <i>Gap</i> .....	46
III.2.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46

III.2.2.5 Cara Pengolahan Dimensi <i>Servqual</i>	47
III.2.2.6 Cara Pengolahan Model Kano	47
III.2.3 Tahap QFD	48
III.2.3.1 Perancangan <i>Voice of Customer</i>	48
III.2.3.2 Submatriks Perencanaan	48
III.2.3.3 Submatriks Karakteristik Teknis	49
III.2.3.4 Submatriks <i>Relationship</i>	49
III.2.3.5 Submatriks Korelasi Teknis	50
III.2.3.6 Penyusunan Submatriks Teknis	50
III.2.4 Tahap Akhir	51
III.2.4.1 Analisis Data dan Prioritas Perbaikan Layanan	51
III.2.4.2 Kesimpulan dan Saran	51

**BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

IV.1 <i>Service Cycle</i> Maskapai Penerbangan Batavia Air	52
IV.2 Perancangan Elemen-elemen Dimensi <i>Servqual</i>	58



V.1	Analisis Pengolahan Data <i>Servqual</i> .....	88
V.2	Analisis Pengolahan Data Model Kano .....	92
V.3	Analisis Pengolahan Data QFD Integrasi .....	95
V.3.1	Analisis <i>True Customer Needs</i> .....	95
V.3.2	Analisis <i>Adjusted Importance</i> .....	97
V.3.3	Analisis Matriks <i>Relationship</i> .....	97
V.3.4	Analisis Prioritas Perbaikan Berdasarkan <i>True Customer Needs</i>	98
V.3.5	Analisis Prioritas Perbaikan Berdasarkan Karakteristik Teknis	103
V.3.6	Rekomendasi .....	121

## **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

VI.1	Kesimpulan .....	125
VI.2	Saran .....	125

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	127
-----------------------------	-----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN A :**



A-1 : Panduan Wawancara Pendahuluan

A-2 : Rangkuman Hasil Wawancara

**LAMPIRAN B :**

B-1 : Kuesioner Penelitian Batavia Air

B-2 : Uji Validitas dan Realibilitas Tingkat Kepentingan

B-3 : Uji Validitas dan Realibilitas Tingkat Kepuasan

B-4 : Uji Validitas dan Realibilitas Pernyataan Fungsional Kano

B-5 : Uji Validitas dan Realibilitas Pernyataan Disfungsional Kano

**LAMPIRAN C :**

C-1 : Bagan *House of Quality* (HOQ)

**DAFTAR GAMBAR**