

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
Bab I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	7
Bab II Telaah Literatur	8
II.1 <i>Quality Function Deployment</i>	8
II.1.1 Manfaat Penerapan QFD	8
II.1.2 Keunggulan QFD	9
II.1.3 Aktivitas-Aktivitas QFD	9
II.1.4 Proses Implementasi QFD	9
II.1.5 Dimensi <i>Service Quality</i> (Servqual) untuk QFD	10
II.1.6 QFD Iterasi Satu	12
II.2 <i>Value Chain</i>	13
II.3 Model Bisnis	16
II.4 Proses Bisnis	16
Bab III Metodologi Penelitian	17
III.1 Model Konseptual	17
III.2 Sistematika Penelitian	19
III.2.1 Tahap Penelitian Awal	20
III.2.1.1 Penentuan Topik	20
III.2.1.2 Studi Literatur	20
III.2.1.3 Studi Lapangan	20
III.2.1.4 Perumusan Masalah	20
III.2.1.5 Penentuan Tujuan Penelitian	21
III.2.2 Tahap Pengumpulan Data	21
III.2.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data	21

III.2.2.2	Penentuan Metode Pengumpulan Data	22
III.2.2.3	Identifikasi Keluhan Konsumen Seluler Prabayar	22
III.2.2.4	Identifikasi Tingkat Keluhan Konsumen dan Tingkat Keinginan Konsumen	24
III.2.2.5	Penentuan Teknik <i>Sampling</i> dan Sampel Penelitian ...	25
III.2.3	Tahap Pengolahan Data	26
III.2.3.1	Pengumpulan dan Pengolahan Kuesioner	26
III.2.3.2	Uji Validitas	26
III.2.3.3	Uji Reliabilitas	27
III.2.3.4	Tahap Pengolahan Data	27
III.2.4	Tahap Analisis Data dan <i>Improvement</i>	31
III.2.5	Tahap Kesimpulan dan Saran	31
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data	32
IV.1	Naskah Revisi PM	32
IV.2	Model Bisnis SMS Premium	32
IV.3	Permasalahan yang Sering Dihadapi Konsumen	48
IV.4	Identifikasi Atribut Kebutuhan	55
IV.4.1	Perancangan Panduan Wawancara	55
IV.1.1.1	Penentuan Responden Wawancara	56
IV.1.1.2	Pelaksanaan Wawancara	56
IV.1.1.3	Pengolahan Hasil Wawancara	57
IV.4.2	Perancangan Kuesioner Penelitian	61
IV.2.2.1	Profil Responden	62
IV.2.2.2	Perilaku Pelanggan	62
IV.2.2.3	Persepsi Pelanggan	62
IV.5	Pengolahan Data Kuesioner	64
IV.5.1	Pengkodean	64
IV.5.2	Rekapitulasi Responden Penelitian	68
IV.5.3	Uji Validitas	69
IV.5.4	Uji Reliabilitas	71
IV.5.5	Perhitungan Nilai WAP	72
IV.5.6	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Gap Index (CSGI)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> untuk Dimensi Servqual ...	73
IV.6	Perancangan HoQ	76
IV.6.1	Matriks Perencanaan	76
IV.6.2	Matriks Klein Grid	76
IV.6.3	Penentuan <i>Goal</i>	76
IV.6.4	Penentuan <i>Improvement Ratio</i>	80
IV.6.5	Penentuan <i>Sales Point</i>	82
IV.6.6	Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan Normalisasi <i>Raw Weight</i>	84

IV.6.7	Pembuatan Matriks Atribut Kebutuhan	85
IV.6.7.1	Identifikasi Karakteristik Teknis	85
IV.6.7.2	Identifikasi <i>Direction of Goodness</i>	90
IV.6.7.3	Matriks Kekuatan Hubungan antara Atribut Kebutuhan dan Karakteristik Teknis	92
IV.6.8	Pembuatan Matriks Target	92
IV.6.8.1	Identifikasi Tingkat Kesulitan Karakteristik Teknis	92
IV.6.8.2	Penentuan Satuan Karakteristik Teknis	94
IV.6.8.3	Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi Karakteristik Teknis	96
IV.6.8.4	Identifikasi <i>Technical Competitive</i>	98
IV.7	Konsep	102
Bab V	Analisis Data dan Rekomendasi	109
V.1	Analisis Hasil Pengolahan Data	109
V.1.1	Analisis Karakteristik Umum Responden	109
V.1.2	Analisis QFD Iterasi 1	110
V.1.2.1	Analisis Atribut Kebutuhan	110
V.1.2.2	Analisis GAP	114
V.1.2.3	Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i>	119
V.1.2.4	Analisis Kekuatan Hubungan antara <i>Customer</i> <i>Needs</i> dengan Karakteristik Teknis	126
V.1.2.5	Analisis Penentuan Korelasi antar Karakteristik Teknis	127
V.1.2.6	Analisis Matriks Target	127
V.1.2.6.1	Analisis Penentuan Target Karakteristik Teknis	127
V.1.2.6.2	Analisis <i>Goal</i>	139
V.1.2.6.3	Analisis <i>Sales Point</i>	139
V.1.2.6.4	Analisis Konsep Regulasi	140
V.2	Rekomendasi	148
Bab VI	Kesimpulan dan Saran	152
VI.1	Kesimpulan	152
VI.2	Saran	156
	Daftar Pustaka	157