

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Perumusan Masalah.....	7
I.3    Tujuan Penelitian.....	8
I.4    Manfaat Penelitian.....	8
I.5    Batasan Masalah.....	8
I.6    Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
II.1    Service Quality (SERVQUAL).....	10
II.2    Quality Function Deployment (QFD) .....	15
II.1.1    House of Quality (QFD iterasi 1) .....	15
II.1.2    Part Deployment (QFD iterasi 2) .....	17
II.1.3    Weight Average Performance (WAP).....	18
II.1.4    Matriks Klein Grid .....	18
II.1.5    Perbandingan Metode .....	20
II.3    Referensi Penelitian.....	22

II.1.6	Pengaruh Customer Value Terhadap Citra Minimarket Pada PT. Indomarco Prismatama di Kota Medan oleh Febri Yudi Lutfi..	22
II.1.7	Analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Mninmarket Alfamart dan Indomaret di Wilayah Pesanggrahan Jakarta Selatan oleh Hendrikus Arinanda. ....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
III.1	Model Konseptual .....	24
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah .....	26
III.2.1	Observasi Lapangan .....	27
III.2.2	Studi Pustaka .....	27
III.2.3	Identifikasi Masalah .....	27
III.2.4	Perumusan Masalah.....	28
III.2.5	Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	28
III.2.6	Identifikasi Variabel Penelitian .....	29
III.2.7	Penentuan Metode Pengumpulan Data.....	29
	III.2.7.1 Identifikasi Responden dan Penentuan Sampel .....	29
	III.2.7.2 <i>Pretest</i> .....	30
	III.2.7.3 Penentuan Metode Analisis Data.....	30
III.2.8	Perhitungan Skor SERVQUAL.....	31
III.2.9	Identifikasi <i>Voice of Customer</i> (VOC).....	31
III.2.10	Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Kompetitor Terhadap Atribut <i>Voice of Customer</i> .....	32
III.2.11	Perancangan <i>House of Quality</i> (QFD Iterasi 1).....	32
III.2.12	Perancangan <i>Part Deployment</i> (QFD Iterasi 2).....	40
III.2.13	Analisa dan Usulan Sistem Pelayanan Borma.....	42
III.2.14	Kesimpulan dan Saran .....	43
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>		<b>43</b>
IV.1	Hasil Identifikasi Atribut Kebutuhan .....	43
IV.1.1	Perancangan Panduan Interview.....	43

IV.1.2	Pengumpulan Data Interview .....	44
IV.1.3	Pengolahan Data Hasil <i>Interview</i> .....	44
IV.2	Pengumpulan Data <i>Pretest</i> .....	49
IV.3	Pengolahan Data <i>Pretest</i> .....	50
IV.3.1	Uji Validitas.....	50
IV.3.2	Uji Reliabilitas.....	50
IV.4	Hasil Pengumpulan Data Penelitian .....	57
IV.5	Pengolahan Data Penelitian.....	57
IV.5.1	Hasil Identifikasi Skor SERVQUAL.....	57
IV.5.2	Hasil Identifikasi <i>Voice of Customer</i> (VoC) .....	59
IV.6	Hasil Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Pesaing.....	59
IV.7	Hasil Perancangan <i>House of Quality</i> (QFD iterasi 1) .....	60
IV.7.1	Matriks Perencanaan-Atribut Kebutuhan ( <i>Planning</i> ) .....	60
IV.7.1.1	Hasil Penggolongan Atribut Kebutuhan ke Dalam Matrik Klein Grid.....	60
IV.7.1.2	Hasil Penentuan Goal .....	63
IV.7.1.3	Hasil Perhitungan Improvement Ratio ...	64
IV.7.1.4	Hasil Penentuan <i>Sales Point</i> .....	65
IV.7.1.5	Hasil Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan Normalisasi <i>Raw Weight</i> .....	65
IV.7.2	Matriks Atribut Kebutuhan-Karakteristik Teknis ( <i>Technical Response</i> ).....	66
IV.7.2.1	Hasil Identifikasi Karakteristik Teknis...	66
IV.7.2.2	Hasil Identifikasi <i>Direction of Goodness</i> dari Setiap Karakteristik Teknis .....	67
IV.7.3	Matriks Kekuatan Hubungan Antara Atribut Kebutuhan dan Karakteristik Teknis (Relationship)	68
IV.7.4	Matriks Korelasi antara Karakteristik Teknis ( <i>Technical Correlations</i> ) .....	69
IV.7.5	Matriks Target .....	69

	IV.7.5.1	Hasil Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis.....	69
	IV.7.5.2	Hasil Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi.....	70
	IV.7.5.3	Hasil Identifikasi Technical Competitive Benchmarking.....	71
	IV.7.5.4	Hasil Penentuan Target Karakteristik Teknis .....	72
IV.8		Pemilihan Konsep Pengembangan .....	73
IV.9		Hasil Perancangan <i>Part Deployment</i> (QFD iterasi 2).....	79
	IV.9.1	Matriks Karakteristik Teknis- <i>Part Deployment</i> ( <i>Critical Part</i> ).....	79
		IV.9.1.1 Hasil Identifikasi <i>Critical Part</i> .....	79
		IV.9.1.2 Hasil Penentuan Direction of Goodness dari Setiap <i>Critical Part</i> .....	80
	IV.9.2	Matriks Kekuatan Hubungan antara Karakteristik Teknis dengan <i>Critical Part</i> ( <i>Relationship</i> ) .....	82
	IV.9.3	Matriks Target- <i>Part Deployment</i> .....	82
		IV.9.3.1 Hasil Penentuan Tingkat Kesulitan Setiap <i>Critical Part</i> .....	82
		IV.9.3.2 Hasil Identifikasi Part Competitive Benchmarking.....	83
		IV.9.3.3 Hasil Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi.....	85
		IV.9.3.4 Hasil Penentuan Target <i>Critical Part</i> .....	86
		IV.9.3.5 Hasil Penentuan Ranking <i>Critical Part</i> ...	87

**BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI ..... 90**

V.1		Analisis Umum.....	90
	V.1.1	Analisis Objek Penelitian .....	90
	V.1.2	Analisis Kompetitor.....	90
	V.1.3	Analisis Atribut Kebutuhan .....	91
	V.1.4	Analisis Hasil Perhitungan Skor SERVQUAL .....	96

V.1.5	Analisis Hasil Identifikasi <i>Voice of Customer</i> .....	96
V.1.6	Analisis Hasil <i>Benchmark</i> dengan Kompetitor .....	100
V.2	Analisis <i>House of Quality</i> (QFD iterasi 1) .....	101
V.2.1	Analisis Matriks Perencanaan Atribut Kebutuhan ( <i>Planning</i> ).....	101
V.2.1.1	Analisis Hasil Penggolongan Atribut Kebutuhan ke dalam Matrik Klein Grid	101
V.2.1.2	Analisis Hasil Penentuan <i>Goal</i> .....	102
V.2.1.3	Analisis Hasil Perhitungan <i>Improvement Ratio</i> .....	106
V.2.1.4	Analisis Hasil Penentuan <i>Sales Point</i> ...	106
V.2.1.5	Analisis Hasil Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan Normalisasi <i>Raw Weight</i> .....	108
V.2.2	Analisis Matriks Atribut Kebutuhan Karakteristik Teknis ( <i>Technical Response</i> ).....	109
V.2.2.1	Analisis Hasil Identifikasi Karakteristik Teknis .....	109
V.2.2.2	Analisis Hasil Identifikasi <i>Direction of Goodness</i> dari Setiap Karakteristik Teknis .....	112
V.2.3	Analisis Matriks Kekuatan Hubungan Antara Atribut Kebutuhan dan Karakteristik Teknis ( <i>Relationship</i> ) .....	113
V.2.4	Analisis Matriks Korelasi antara Karakteristik Teknis ( <i>Technical Correlations</i> ) .....	115
V.2.5	Analisis Matriks Target .....	116
V.2.5.1	Analisis Hasil Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis ..	116
V.2.5.2	Analisis Hasil Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi .....	117
V.2.5.3	Analisis Hasil Identifikasi <i>Technical Competitive Benchmarking</i> .....	119

	V.2.5.4	Analisis Hasil Penentuan Target Karakteristik Teknis.....	121
V.3		Analisis Pemilihan Konsep Pengembangan .....	122
V.4		Analisis <i>Part Deploement</i> (QFD iterasi 2).....	123
	V.4.1	Analisis Matriks Karakteristik Teknis- <i>Part Deployment (Critical Part)</i> .....	123
		V.4.1.1 Analisis Hasil Identifikasi <i>Critical Part</i>	123
		V.4.1.2 Analisis Hasil Penentuan <i>Direction of Goodness</i> dari Setiap <i>Critical Part</i> .....	126
	V.4.2	Analisis Matriks Kekuatan Hubungan antara Karakteristik Teknis dengan <i>Critical Part (Relationship)</i> .....	127
	V.4.3	Analisis Matriks Target- <i>Part Deployment</i> .....	132
		V.4.3.1 Analisis Hasil Penentuan Tingkat Kesulitan Setiap <i>Critical Part</i> .....	132
		V.4.3.2 Analisis Hasil Part Competitive Benchmarking.....	133
		V.4.3.3 Analisis Hasil Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi.....	134
		V.4.3.4 Analisis Hasil Penentuan Target <i>Critical Part</i> .....	135
		V.4.3.5 Analisis Hasil Penentuan <i>Ranking Critical Part</i> .....	141
V.5		Rekomendasi Program .....	141
	V.5.1	Dasar Penyusunan Rekomendasi.....	141
	V.5.2	Rekomendasi Untuk Setiap Atribut Kebutuhan ....	142
		V.5.2.1 Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Karyawan Borma Ramah Terhadap Pelanggan.....	142
		V.5.2.2 Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Karyawan Borma yang Cekatan .....	143

V.5.2.3	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan <i>Fresh Food</i> yang Dijual Borma Segar..	145
V.5.2.4	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Suhu Ruangan yang Sejuk.....	146
V.5.2.5	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Fasilitas ATM yang Aman.....	147
V.5.2.6	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Memiliki Sistem Parkir yang Baik .....	148
V.5.2.7	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Waktu Tunggu Dalam Mengakses Kasir Tidak Terlalu Lama .....	149
V.5.2.8	Rekomendasi Untuk Atribut Kebutuhan Harga Produk Terjangkau.....	151
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>153</b>
VI.1	Kesimpulan.....	153
VI.2	Saran.....	155
VI.2.1	Saran untuk Supermarket Borma.....	155
VI.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	155
DAFTAR PUSTAKA .....		156
LAMPIRAN A : PANDUAN WAWANCARA .....		157
LAMPIRAN B : REKAP JAWABAN WAWANCARA .....		160
LAMPIRAN C : KUESIONER PENELITIAN .....		168
LAMPIRAN D : HASIL PENGOLAHAN DATA.....		177
LAMPIRAN E : HOUSE OF QUALITY .....		189
LAMPIRAN F : MATRIX PART DEPLOYMENT .....		190
LAMPIRAN G : KUESIONER PESAING .....		191