

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4. Batasan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Teori	8
II.1.1. Analisis Kebutuhan	8
II.1.2. <i>Voice of Customer</i>	8
II.1.3. <i>Affinity Diagram</i>	9
II.1.4. <i>Service Quality</i>	9
II.1.5. Model Kano	15

II.1.6 Uji Validitas	19
II.1.7 Uji Reliabilitas	20
II.1.8 <i>Customer Satisfaction Coefficient (CSC)</i>	20
II.1.9 Integrasi <i>Service Quality</i> dan Model Kano	21
II.2. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
III.1. Model Konseptual.....	24
III.2. Sistematika Pemecahan Masalah.....	25
III.2.1. Tahap Pendahuluan	28
III.2.2. Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
III.2.3. Tahap Analisis dan Rekomendasi	35
III.2.4. Tahap Kesimpulan dan Saran	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
VI.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan.....	36
VI.1.1 Penentuan Responden Wawancara	36
VI.1.2 Perancangan Panduan Wawancara.....	36
IV.1.3 Pelaksanaan Wawancara	37
IV.1.4 Perancangan Diagram Afinitas	37
IV.1.5 Penentuan Dimensi <i>Service Quality</i> dan Atribut Kebutuhan	37
IV.1.6 Pengkodean Dimensi <i>Service Quality</i> dan Atribut Kebutuhan	41
IV.2 Perancangan Kuesioner	42
IV.2.1 Kuesioner <i>Service Quality</i>	42
IV.2.2 Kuesioner Model Kano	43
IV.3 Uji Validasi Isi	43
IV.4 Pretest	44
IV.4.1 Uji Validitas Konstruksi <i>Pretest</i>	44

IV.4.2 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	44
IV.5 Penyebaran Kuesioner	45
IV.5.1 Uji Validasi Konstruk Kuesioner.....	45
IV.5.2 Uji Reliabilitas Kuesioner	45
IV.5.3 <i>Screening</i>	46
IV.5.4 Karakteristik Responden	46
IV.5.5 Pengolahan Data Kuesioner <i>Service Quality</i>	47
IV.5.6 Pengolahan Data Kuesioner Model Kano	48
IV.5.7 Pengolahan <i>Customer Satisfaction Coefficient</i>	50
IV.5.8 Integrasi Hasil Kuesioner <i>Service Quality</i> dan Model Kano	58
IV.5.9 True Customer Needs.....	59
BAB V ANALISIS DATA	61
V.1 Analisis Hasil Pengolahan Data	61
V.1.1 Analisis Pengolahan Data Kuesioner <i>Service Quality</i>	61
V.1.1.1 Atribut Kuat	61
V.1.1.2. Atribut Lemah	63
V.1.1.3 Analisis Perbandingan Atribut Lemah dan Atribut Kuat	64
V.1.2 Analisis Pengolahan Kuesioner Model Kano	64
V.1.4 Analisis Integrasi <i>Service Quality</i> dan Model Kano	67
V.2 Analisis <i>True Customer Needs</i>	69
V.2.1 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Assurance</i>	70
V.2.2 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Empathy</i>	71
V.2.3 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Reliability</i>	73
V.2.4 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Tangible</i>	78
V.2.5 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Responsiveness</i>	81
V.2.6 Analisis <i>True Customer Needs</i> Dimensi <i>Availability</i>	82

V.3 Penyusunan Rekomendasi.....	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	87
VI.1 Kesimpulan	87
VI.2 Saran	89
VI.2.1 Saran bagi PT Telekomunikasi.....	89
VI.2.2. Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	89
Daftar Pustaka	90