

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSCTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Batasan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
Bab II Landasan Teori	8
II.1. Segmenting, Targeting, Positioning	8
II.1.1. Segmenting	8
II.1.2. Targeting	8
II.1.3. Positioning	8
II.2. Marketing Mix	9
II.3. Affinity Diagram	9
II.4. Voice of Customer (VoC)	9

II.5.	Metode Kano	10
II.6.1.	Blauth Formula	12
II.6.2.	Menghitung Customer Satisfaction Coefficient (CSC)	13
II.6.	Metode Pembandingan	14
II.7.	Service Quality	15
II.8.	Penelitian Terdahulu	16
II.9.	Service Blueprint	17
II.10.1.	Komponen Service Blueprint	18
II.10.2.	Tahap-tahap Service Blueprint	19
II.10.	Integrasi Service Quality dan Model Kano	20
Bab III	Metodologi Penelitian	21
III.1.	Model Konseptual	21
III.2.	Sistematika Pemecahan Masalah	22
III.2.1.	Tahap Pendahuluan	25
III.2.2.	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	26
III.2.3.	Tahap Analisis Data	28
III.2.4.	Tahap Rekomendasi	28
III.2.5.	Tahap Kesimpulan dan Saran	28
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
IV.1.	Identifikasi STP PT. XYZ	29
IV.2.	Identifikasi Marketing Mix	29
IV.3.	Alur proses layanan PT. XYZ Eksisting	30
IV.4.	Identifikasi Atribut Kebutuhan Layanan PT. XYZ Riung Bandung	31
IV.5.	Identifikasi Responden	32
IV.6.	Perancangan Kuesioner	32
IV.7.	Uji Validitas Isi	34
IV.8.	Pretest	34

IV.9. Uji Validitas Konstruk Pretest	34
IV.10. Uji Reliabilitas Pretest	35
IV.11. Penentuan Jumlah Sample	36
IV.12. Penyebaran Kuesioner	36
IV.13. Rekapitulasi Kuesioner	36
IV.13.1. Screening	36
IV.13.2. Karakteristik Responden	36
IV.14. Validitas Konstruk Kuesioner	37
IV.15. Uji Reliabilitas Kuesioner	37
IV.16. Pengolahan Kuesioner	39
IV.17. Pengolahan Kuesioner Service Quality	39
IV.18. Pengolahan Kuesioner Kano	40
IV.19. Customer Satisfaction Coefficient (CSC)	41
IV.20. Integrasi Service Quality dengan Model Kano	42
IV.21. True Customer Needs	43
Bab V Analisis dan Rekomendasi	45
V.1. Analisis Hasil Pengolahan Data	45
V.1.1. Analisis Service Quality	45
V.1.2. Analisis Model Kano	51
V.1.3. Analisis Hasil Integrasi Service Quality dan Model Kano	53
V.1.4. Analisis Fakta yang Terjadi	54
V.1.5. Analisis Kemungkinan Hasil Lain yang Muncul	58
V.2. Rekomendasi	58
V.2.1. Perancangan Service Blueprint	58
V.2.2. Analisis Hasil Perancangan Service Blueprint	61
V.2.3. Usulan Perbaikan	61
Bab VI Kesimpulan dan Saran	62

VI.1. Kesimpulan	62
VI.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN A	67
LAMPIRAN B	69
LAMPIRAN C	77
LAMPIRAN D	79
LAMPIRAN E	89
LAMPIRAN F	115
LAMPIRAN G	121