

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Batasan Masalah.....	7
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
II.1 Penelitian Terdahulu.....	9
II.2 Perbandingan Metode.....	10
II.3 Fasilitas	11
II.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	11
II.5 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
II.6 Kepuasan Konsumen	12
II.7 Quality Function Deployment (QFD)	13
II.7.1 Definisi QFD	13
II.7.2 Keunggulan QFD.....	13
II.7.3 Manfaat Metode QFD.....	14
II.7.4 Tahapan-Tahapan Metode QFD.....	14

II.8	<i>Weight Average Performance (WAP)</i>	19
II.9	<i>Matriks Klein Grid</i>	20
II.10	Klarifikasi Suara Pelanggan (<i>Voice of Customer</i>).....	21
II.10.1	Manfaat <i>Voice of Customer</i>	22
II.11	<i>Benchmarking</i>	22
II.11.1	Tipe <i>Benchmarking</i>	23
BAB III METODOLOGI		24
III.1	Metode Konseptual.....	24
III.2	Sistematika Penelitian.....	26
III.2.1	Tahap Pendahuluan.....	27
III.2.1.1	Identifikasi dan Perumusan Masalah	27
III.2.1.2	Tujuan Penelitian.....	28
III.2.1.3	Studi Literatur dan Studi Lapangan.....	28
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data	28
III.2.2.1	Identifikasi Kebutuhan Data	28
III.2.2.2	Penentuan Metode Pengumpulan Data	30
III.2.2.3	Identifikasi Kebutuhan Konsumen Terhadap Pelayanan dan Fasilitas <i>Seaside Beach Resto & Lounge</i>	30
III.2.2.4	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen <i>Seaside Beach Resto & Lounge</i> dan Perusahaan Pesaing	31
III.2.3	Tahap Pengolahan Data	33
III.2.3.1	Pembuatan <i>Matriks Klein Grid</i>	33
III.2.3.2	Tahapan Pengolahan QFD Iterasi 1 (<i>House of Quality</i>).....	34
III.2.3.3	Tahapan Pengembangan Konsep.....	34
III.2.3.4	Tahap Pengolahan QFD Iterasi Kedua (<i>Part Deployment</i>)	35
III.2.4	Tahap Analisis Data.....	36
III.2.4.1	Analisis Data	36

III.2.4.2	Analisis Penyusunan Rekomendasi Perbaikan Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Konsumen Seaside <i>Beach Resto & Lounge</i>	37
III.2.5	Tahap Hasil Pembahasan	37
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	39
IV.1	Pengumpulan Data	39
IV.1.1	Penyusunan Atribut Kebutuhan.....	39
IV.2	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen.....	41
IV.2.1	Perancangan Kuesioner.....	41
IV.2.2	Penentuan Karakteristik Responden Kuesioner	42
IV.2.3	Penentuan Sampel.....	42
IV.3	<i>Pretest</i>	43
IV.3.1	Pengkodean	43
IV.3.2	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	44
IV.3.2.1	Uji Validitas	44
IV.3.2.2	Uji Reliabilitas.....	47
IV.4	Pengolahan Hasil Kuesioner	47
IV.4.1	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Seaside <i>Beach Resto & Lounge</i>	48
IV.4.2	Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Ocean View Jepara	49
IV.5	Perancangan <i>House of Quality</i> (QFD Iterasi Pertama).....	49
IV.5.1	<i>Matriks Klein Grid</i>	49
IV.5.2	Matriks Perencanaan.....	51
IV.5.2.1	Identifikasi Karakteristik Teknis	52
IV.5.2.2	Penentuan Matriks Hubungan	55
IV.5.2.3	Korelasi Antara Karakteristik Teknis	56
IV.5.2.4	Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis	57

IV.5.2.5	Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi dan <i>Ranking</i>	58
IV.5.2.6	Identifikasi Technical Competitive Benchmarking.....	59
IV.5.2.7	Penentuan <i>Ranking</i> Karakteristik Teknis.....	61
IV.5.3	Pengembangan Konsep	62
IV.5.3.1	Penentuan Konsep	62
IV.5.3.2	Pemilihan Konsep.....	64
IV.5.3.3	<i>Decision Matrices</i>	64
IV.6	Perancangan QFD Iterasi II (<i>Part Deployment</i>).....	65
IV.6.1	Identifikasi <i>Critical Part</i>	65
IV.6.2	Identifikasi Direction of Goodness dari Setiap Critical Part.....	66
IV.6.3	Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi.....	67
IV.6.4	Identifikasi <i>Technical Competitive Benchmarking</i>	67
BAB V	ANALISIS	70
V.1	Analisis HOQ.....	70
V.1.1	Analisis Atribut Kebutuhan Seaside <i>Beach Resto & Lounge</i>	70
V.1.2	Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Kebutuhan Seaside <i>Beach Resto & Lounge</i>	71
V.1.3	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Seaside <i>Beach Resto & Lounge</i>	73
V.1.4	Analisis Matriks Perencanaan	77
V.1.4.1	Analisis <i>Goal</i>	78
V.1.4.2	Analisis <i>Improvement Ratio</i>	79
V.1.4.3	Analisis <i>Sales Point</i>	83
V.1.5	Analisis <i>Raw Weight</i>	83
V.1.6	Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i>	84

V.1.7	<i>Analisis Technical Competitive Benchmarking</i>	86
V.1.8	<i>Analisis Ranking</i> Setiap Karakteristik Teknis.....	91
V.1.9	<i>Analisis Penentuan Konsep</i>	92
V.2	<i>Analisis Part Deployment</i>	93
V.2.1	<i>Analisis Identifikasi Critical Part dan Direction of Goodness</i>	93
V.2.2	<i>Analisis Technical Competitive Benchmarking</i>	95
V.2.3	<i>Analisis Ranking</i> Setiap <i>Critical Parts</i>	98
V.3	<i>Rekomendasi</i>	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		101
VI.1	<i>Kesimpulan</i>	101
VI.2	<i>Saran</i>	102
DAFTAR PUSTAKA		103
LAMPIRAN A1		105
LAMPIRAN A2		106
LAMPIRAN B1.....		107
LAMPIRAN B2.....		112
LAMPIRAN B3.....		134
LAMPIRAN C1.....		139
LAMPIRAN C2.....		141