

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Jumlah Transaksi LinkAja Tahun 2017.....	3
Tabel I. 2 Perbandingan Aspek	4
Tabel I. 3 Survei Pendahuluan	5
Tabel II. 1 Posisi Penelitian	10
Tabel II. 2 Metode Teori Pembanding	11
Tabel II. 3 Nilai Pengali Kategori Kano	16
Tabel II. 4 Simbol pada Matriks Korelasi	18
Tabel II. 5 Contoh <i>Template Decision Matrices (Concept Screening)</i>	22
Tabel II. 6 Contoh <i>Template Decision Matrices (Concept Scoring)</i>	23
Tabel IV. 1 Pengodean <i>True customer needs (TCN)</i>	34
Tabel IV. 2 Nilai Kepuasan Pelanggan dan Kategori Kano.....	35
Tabel IV. 3 Nilai <i>Adjusted Importance</i>	36
Tabel IV. 4 Nilai <i>Adjusted Importance Percentage</i> dan <i>Ranking</i>	37
Tabel IV. 5 Karakteristik Teknis.....	38
Tabel IV. 6 Kategori <i>Direction of Goodness</i>	42
Tabel IV. 7 <i>Direction of Goodness</i> Masing-masing Karakteristik Teknis.....	43
Tabel IV. 8 Tingkat Korelasi Matriks Hubungan	43
Tabel IV. 9 Satuan Karakteristik Teknis.....	46
Tabel IV. 10 Target Karakteristik Teknis	47
Tabel IV. 11 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> Karakteristik Teknis.....	49
Tabel IV. 12 Nilai <i>Percentage Column Weight</i> dan <i>Ranking</i> Karakteristik Teknis	49
Tabel IV. 13 Pemenuhan Target Karakteristik Teknis.....	50
Tabel IV. 14 Konsep Pengembangan.....	51
Tabel IV. 15 Matriks Penilaian Konsep <i>Screening</i>	53
Tabel IV. 16 Matriks Penilaian Konsep <i>Scoring</i>	54
Tabel IV. 17 <i>Critical Part</i>	55
Tabel IV. 18 <i>Direction of Goodness Critical Part</i>	55
Tabel IV. 19 Target <i>Critical Part</i>	57
Tabel IV. 20 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight Critical Part</i>	58

Tabel IV. 21 Nilai <i>Column Weight Percentage</i> dan <i>Ranking Critical Part</i>	59
Tabel IV. 22 Pemenuhan Target <i>Critical Part</i>	60
Tabel V. 1 Perbandingan Karakteristik Teknis LinkAja dengan Kompetitor.....	67
Tabel V. 2 Alasan Penentuan Target Karakteristik Teknis.....	72
Tabel V. 3 Karakteristik Teknis Prioritas	78
Tabel V. 4 <i>Critical Part</i> dengan <i>Direction of Goodness</i> MTB.....	79
Tabel V. 5 <i>Critical Part</i> dengan <i>Direction of Goodness</i> TB	81
Tabel V. 6 Perbandingan <i>Critical Part</i> LinkAja dengan Kompetitor	82
Tabel V. 7 Alasan Penentuan Target <i>Critical Part</i>	86
Tabel V. 8 <i>Critical Part</i> Prioritas.....	90
Tabel V. 9 Rekomendasi Atribut Konsep Menambah Sistem Keamanan	90
Tabel V. 10 Rekomendasi Atribut Menambah Tahapan <i>Log in</i>	92
Tabel V. 11 Rekomendasi Atribut Menambah Jenis Ketersediaan <i>Contact</i> <i>Person/Customer Service</i>	93
Tabel V. 12 Rekomendasi Atribut Menambah Jumlah Varian Promo	95
Tabel V. 13 Rekomendasi Atribut Menambah Jumlah Varian Informasi yang Ditampilkan.....	96
Tabel V. 14 Rekomendasi Atribut Menambah Konten yang Ditampilkan	97
Tabel V. 15 Rekomendasi Atribut Menambah Varian Fitur yang Ditampilkan ...	99
Tabel V. 16 Rekomendasi Akhir.....	100
Tabel V. 17 Hubungan <i>Critical Part</i> , Rekomendasi dan TCN.....	101