

DAFTAR ISI

<u>ABSTRAK</u>	i
<u>ABSTRACT</u>	ii
<u>KATA PENGANTAR</u>	iii
<u>DAFTAR ISI</u>	v
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	ix
<u>DAFTAR TABEL</u>	x
<u>DAFTAR ISTILAH</u>	xii
<u>DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG</u>	xiv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
I.1 <u>Latar Belakang</u>	1
I.2 <u>Rumusan Masalah</u>	5
I.3 <u>Tujuan Penelitian</u>	5
I.4 <u>Batasan Masalah</u>	6
I.5 <u>Manfaat Penelitian</u>	6
I.6 <u>Sistematika Penulisan</u>	7
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</u>	8
II.1 <u>Posisi Penelitian</u>	8
II.2 <u>Perbandingan Metode</u>	9
II.3 <u>Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)</u>	11
II.3.1 <u>QFD Iterasi Satu</u>	12
II.3.2 <u>Pengembangan Konsep (<i>Concept Development</i>)</u>	16
II.3.3 <u>QFD Iterasi Dua</u>	20
<u>BAB III Metodologi Penelitian</u>	22
III.1 <u>Model Konseptual</u>	22

III.2	<u>Sistematika Pemecahan Masalah</u>	24
III.2.1	<u>Tahap Pengumpulan Data</u>	26
III.2.2	<u>Tahap Pengolahan Data</u>	26
III.2.3	<u>Tahap Analisis Data dan Rekomendasi</u>	30
III.2.4	<u>Tahap Kesimpulan dan Saran</u>	30
<u>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</u>		31
IV.1	<u>Pengumpulan Data</u>	31
IV.1.1	<u>Pengkodean</u>	31
IV.1.2	<u>Nilai Kepuasan Pelanggan dan Kategori Kano untuk setiap TCN</u> .	32
IV.2	<u>Pengolahan Data</u>	32
IV.2.1	<u>QFD Iterasi Satu (<i>House of Quality</i>)</u>	32
IV.2.2	<u>Pengembangan Konsep</u>	46
IV.2.3	<u>QFD Iterasi Dua (<i>Part Deployment</i>)</u>	51
<u>BAB V ANALISIS DATA</u>		57
V.1	<u>Analisis QFD Iterasi Pertama (<i>House of Quality</i>)</u>	57
V.1.1	<u>Analisis Matriks Kebutuhan</u>	57
V.1.2	<u>Analisis Matriks Perencanaan</u>	58
V.1.3	<u>Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i></u>	58
V.1.4	<u>Analisis Matriks Hubungan QFD Iterasi Satu</u>	60
V.1.5	<u>Analisis Penentuan Korelasi Karakteristik Teknis</u>	60
V.1.6	<u>Analisis Matriks Teknis</u>	61
V.2	<u>Analisis Penentuan Konsep</u>	68
V.3	<u>Analisis Pengolahan QFD Iterasi Dua (<i>Part Deployment</i>)</u>	69
V.3.1	<u>Analisis Penentuan <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of Goodness</i></u>	69

V.3.2	<u>Analisis Kekuatan Hubungan antara Karakteristik Teknis dengan Critical Part</u>	70
V.3.3	<u>Analisis Penentuan Target Critical Part</u>	71
V.3.4	<u>Analisis Probability, Column Weight, dan Ranking Critical Part</u> ..	73
V.4	<u>Rekomendasi Masing-Masing Atribut Konsep</u>	74
V.4.1	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Navigasi Website</u>	74
V.4.2	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Jumlah Filter Pada Website</u>	75
V.4.3	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Varian Transaksi Pembayaran</u> ..	75
V.4.4	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Program Loyalitas</u>	76
V.4.5	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Jumlah Ketersediaan Kontak Customer Service</u>	76
V.4.6	<u>Rekomendasi Menambah Fitur Zoom Pointer pada Gambar Produk</u>	77
V.4.7	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Ketersediaan Media Review</u>	77
V.4.8	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Tingkat Kesesuaian Informasi</u> ..	78
V.4.9	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Varian Cara Pengiriman</u>	79
V.4.10	<u>Rekomendasi Atribut Menambah Jumlah Kompensasi</u>	79
V.4.11	<u>Rekomendasi Atribut Pergantian Mekanisme Penukaran Produk</u> ..	80
V.4.12	<u>Rekomendasi Atribut Mempersingkat Waktu Maksimal Pengiriman</u>	80
V.5	<u>Rekomendasi Akhir</u>	81
<u>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</u>		84
VI.1	<u>Kesimpulan</u>	84
VI.2	<u>Saran</u>	85
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		87
<u>Lampiran A</u>		89
<u>Lampiran B</u>		94

<u>Lampiran C</u>	96
<u>Lampiran D</u>	100
<u>Lampiran E</u>	102