

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISTILAH.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian.....	7
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
II.1 Media Sosial <i>Instagram</i>	10
II.2 Analisis Kebutuhan	11
II.3 <i>Voice of Customer (VOC)</i>	11
II.4 Diagram Afinitas (<i>Affinity Diagram</i>).....	12
II.5 Perbandingan Metode	13
II.6 Model Kano.....	14

II.7 Model <i>Refined</i> Kano	19
II.8 <i>Information Quality</i>	21
II.9 Logika <i>Fuzzy</i> (<i>Fuzzy Logic</i>)	23
II.9.1 <i>Fuzzy-Refined</i> Kano.....	24
II.9.2 <i>Fuzzy-Information Quality</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
III.1 Model Konseptual.....	28
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	29
III.2.1 Tahap Pendahuluan	32
III.2.2 Tahap Perancangan Alat Ukur	32
III.2.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	39
III.2.4 Tahap Analisis dan Rekomendasi	43
III.2.5 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	44
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	45
IV.1 Pengumpulan Data.....	45
IV.1.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	45
IV.1.2 Karakteristik Responden	45
IV.2 Pengolahan Data.....	46
IV.2.1 <i>Screening</i>	46
IV.2.2 <i>Input</i> Data.....	46
IV.2.3 Uji Reliabilitas	46
IV.2.4 Pengolahan Data Kuesioner <i>Information Quality</i>	48
IV.2.5 Pengolahan Data Kuesioner Kano	51
IV.2.6 Integrasi <i>Fuzzy-Information Quality</i> dan <i>Fuzzy-Refined</i> Kano	52
BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI	54

V.1 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	54
V.1.1 Penentuan Atribut dan Dimensi <i>Information Quality</i>	54
V.1.2 Penentuan Atribut Kuat dan Lemah	54
V.1.3 Analisis Pengolahan Data Kuesioner Kano.....	57
V.1.4 Analisis Integrasi <i>Fuzzy-Information Quality</i> dan <i>Fuzzy-Refined Kano</i>	59
V.1.5 Analisis <i>True Customer Needs</i>	61
V.2 Rekomendasi.....	74
V.2.1 Penyusunan Rekomendasi <i>True Customer Needs Instagram Badger Invaders</i>	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
VI.1 Kesimpulan.....	80
VI.2 Saran.....	81
VI.2.1 Saran untuk Pihak <i>Badger Invaders</i>	81
VI.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	82