

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	5
I.4 Batas Penelitian.....	5
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 <i>E-Commerce</i>	8
II.2 Situs Web	9
II.3 Perbandingan Metode Peningkatan Kualitas.....	10
II.4 <i>Quality Function Deployment</i>	12

II.5 Teori <i>Fuzzy Logic</i>	12
II.6 <i>Fuzzy Quality Function Deployment</i>	13
II.6.1 <i>Fuzzy Quality Function Deployment</i> Iterasi 1	14
II.6.2 Pengembangan Konsep (<i>Concept Development</i>)	17
II.4.3 <i>Fuzzy QFD</i> Iterasi 2 (<i>Part Deployment</i>).....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
III.1 Model Konseptual	21
III.2 Sistematika Masalah.....	22
III.2.1 Tahap Pengumpulan Data	24
III.2.2 Tahap Pengolahan Data.....	s24
III.2.3 Tahap Rekomendasi	30
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	31
IV.1 Pengumpulan Data	31
IV.1.1 Pengkodean <i>True Customer Need</i> (TCN)	31
IV.1.2 Nilai Kepuasan Pelanggan dan Kategori Kano untuk setiap <i>True Customer Need</i>	32
IV.2 Pengolahan Data	33
IV.2.1 <i>Fuzzy QFD</i> Iterasi 1 (<i>House of Quality</i>)	33
IV.2.2 Pengembangan Konsep.....	42
IV.2.3 <i>Fuzzy QFD</i> Iterasi Dua (<i>Part Deployment Matrix</i>).....	44
BAB V ANALISIS DATA	51
V.1 Analisis <i>Fuzzy QFD</i> Iterasi Satu (<i>House of Quality</i>)	51
V.1.1 Analisis Matriks Kebutuhan Konsumen	51
V.1.2 Analisis Matriks Perencanaan	52

V.1.3 Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i>	54
V.1.4 Analisis Matriks Hubungan <i>Fuzzy QFD</i> Iterasi Satu	56
V.1.5 Analisis Penentuan Korelasi antar Karakteristik Teknis.....	56
V.1.6 Analisis Matriks Teknis	57
V.2 Analisis Penentuan Konsep.....	63
V.3 Analisis Pengolahan Data QFD Iterasi Dua.....	64
V.3.1 Analisis Penentuan <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of Goodness</i>	64
V.3.2 Analisis Kekuatan Hubungan Antara Karakteristik Teknis dengan <i>Critical Part</i>	66
V.3.3 Analisis Penentuan Target <i>Critical Part</i>	66
V.3.4 Analisis Probability dan <i>Column Weight Critical Part</i>	70
V.4 Rekomendasi Masing-Masing Atribut Konsep.....	73
V.4.1 Rekomendasi Atribut Penambahan Komponen SEO.....	73
V.4.2 Rekomendasi Atribut Penambahan <i>Drop Down Menu</i>	74
V.4.3 Rekomendasi Atribut Penataan <i>Layout</i> Situs Web	74
V.4.4 Rekomendasi Atribut Penambahan Tampilan Hasil Pencarian.....	75
V.4.5 Rekomendasi Atribut Pengurangan Waktu Tunggu Situs Web	76
V.5 Rekomendasi Akhir.....	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
VI.1 Kesimpulan	80
VI.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN A <i>FUZZY QFD</i> ITERASI 1.....	86
LAMPIRAN B <i>FUZZY QFD</i> ITERASI 2.....	88