

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I. 1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Batasan Masalah	4
I.5 Manfaat Penelitian	5
I.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
II.1 <i>Travel Aggregator</i>	7
II.2 Analisis Kebutuhan	7
II.3 <i>Voice of Customer</i>	8
II.4 Diagram Afinitas	9
II.5 Teori <i>Fuzzy</i>	10
II.6 <i>Electronic Service Quality</i>	11
II.7 Limitasi Model <i>Electronic Service Quality</i>	14
II. 8 <i>Fuzzy Electronic Service Quality</i>	15
II.9 Model Kano	17
II.10 Model <i>Refined Kano</i>	20
II.11 <i>Fuzzy Refined Kano</i>	22
II.12 Kepuasan Pelanggan.....	23
II. 13 Perbandingan Metode	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
III.1 Model Konseptual	25
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	26

III.2.1 Tahap Pendahuluan	29
III.2.2 Tahap Perancangan Alat Ukur.....	29
III.2.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	36
III.2.4 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	39
III.2.5 Tahap Kesimpulan dan Saran	40
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	41
IV.1 Pengumpulan Data	41
IV.1.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan.....	41
IV.1.2 Karakteristik Responden Kuesioner	42
IV.1.3 Penyebaran dan Pengumpulan Data	43
IV.2 Pengolahan Data	44
IV.2.1 <i>Screening</i>	44
IV.2.2 Input Data	44
IV.2.3 Uji Reliabilitas.....	44
IV.2.4 Pengolahan Data Kuesioner <i>Electronic Service Quality</i>	46
IV.2.5 Pengolahan Data Kuesioner <i>Fuzzy Kano</i>	47
IV.2.6 Integrasi <i>Fuzzy Electronic Service Quality</i> dan Kano.....	48
BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI	52
V.1 Analisis Hasil Pengolahan Data	52
V.1.1 Penentuan Atribut dan Dimensi <i>Electronic Service Quality</i>	52
V.1.2 Penentuan Atribut Kuat dan Lemah	52
V.1.3 Analisis Pengolahan Data Kuesioner <i>Fuzzy Kano</i>	54
V.1.4 Analisis Integrasi <i>Fuzzy Electronic Service Quality</i> dan <i>Fuzzy Refined Kano</i>	56
V.1.5 Analisis <i>True Customer Needs</i>	58
V.2 Rekomendasi	69
V.2.1 Penyusunan Rekomendasi <i>True Customer Needs</i> Aplikasi Sejalan	69
V.2.2 Rekomendasi Akhir <i>True Customer Needs</i> Aplikasi Sejalan.....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
VI.1 Kesimpulan	73
VI.2 Saran	74