

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	8
I.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Metode untuk Peningkatan Kualitas dan Perbandingannya	10
II.2 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	12
II.2.1 QFD Iterasi Satu (<i>House Of Quality</i>)	13
II. 3 Pengembangan Konsep (<i>Concept Development</i>)	18
II.3.1 Penentuan Konsep (<i>Concept Development</i>)	18
II.3.2 Pemilihan Konsep (<i>Concept Selection</i>)	18
II.3.3 QFD Iterasi Dua(<i>Part Deployment</i>)	20
II.4 Penelitian Terdahulu	22
II.5 Metode Benchmarking	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
III.1 Model Konseptual	24

III. 2 Sistematika Pemecahan Masalah	26
III. 2. 1 Tahap Pengumpulan Data.....	29
III. 2. 2 Tahap Pengolahan Data	29
III.2.2.2 Pengembangan Konsep (<i>Concept Development</i>).....	31
III.2.2.3 QFD Iterasi Dua (<i>Part Deployment</i>).....	32
III. 2. 3 Tahap Rekomendasi	33
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	35
IV.1 Pengumpulan Data.....	35
IV. 1.1 Pengodean	35
IV.1.2 Nilai Kepuasan Pelanggan dan Kategori Kano untuk Setiap True Customer Need.....	36
IV.2 Pengolahan Data	37
IV.2.1 QFD Iterasi Satu (<i>House of Quality</i>).....	37
IV.2.2 Pengembangan Konsep.....	52
IV.2.3 QFD Iterasi Dua (<i>Part Deployment</i>).....	55
BAB V ANALISIS DATA	65
V. 1 Analisi QFD Iterasi Satu (House of Quality)	65
V. 1. 1 Analisis Matriks Kebutuhan.....	65
V. 1. 2 Analisis Matriks Perencanaan	67
V. 1. 3 Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of goodness</i>.....	68
V. 1. 4 Analisis Matriks Hubungan QFD Iterasi Satu.....	74
V. 1. 5 Analisis Penentuan Korelasi Karakteristik Teknis	74
V. 1. 6 Analisis Matriks Teknis.....	74
V. 2 Analisis Konsep.....	87
V. 3 Analisis Pengolahan QFD Iterasi Dua (<i>Part Deployment</i>)	87
V. 3. 1 Analisis Penentuan <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of goodness</i>.....	88
V. 3. 2 Analisis Kekuatan Hubungan (Karakteristik Teknis dengan <i>Critical Part</i>).....	93
V. 3. 3 Analisis Penentuan Target <i>Critical Part</i>.....	95
V. 3. 4 Analisis Penentuan <i>Probability, Column Weight, dan Ranking</i>.....	100
V.4 Rekomendasi Atribut Konsep	103

V. 4. 1 Rekomendasi Atribut Menambahkan Standar Desain <i>E-commerce</i>	103
V. 4. 2 Rekomendasi Atribut Menambahkan Ragam Fitur <i>E-commerce</i>...	103
V. 4. 3 Rekomendasi Atribut Menambahkan Konten <i>E-commerce</i>	104
V. 4. 4 Rekomendasi Atribut Meningkatkan Standar Layanan <i>Customer service E-commerce</i>	105
V. 4. 5 Rekomendasi Atribut Menambah Media Keluhan Pelanggan.....	106
V. 4. 6 Rekomendasi Atribut Menambah Ragam Jasa Pengiriman	107
V. 4. 7 Rekomendasi Atribut Menetapkan Standar Kebijakan <i>E-commerce</i>	108
V. 4. 8 Rekomendasi Atribut Menetapkan Panduan Penggunaan <i>E-commerce</i>.....	108
V. 4. 9 Rekomendasi Atribut Menambahkan Ragam Metode Pembayaran	109
V. 4. 10 Rekomendasi Atribut Menambahkan Standar Informasi Karakteristik Produk	111
V. 5 Rekomendasi Akhir Peningkatan Kualitas Layanan <i>E-commerce Cotton.go</i>	112
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
VI. 1 Kesimpulan.....	114
VI. 2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117