

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Batasan Penelitan	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II	10
II.1 Analisis Kebutuhan.....	10
II.2 Diagram Afinitas	10
II.3 Voice of Customer	11
II.4 Penelitian Terdahulu.....	11
II.5 Model Kano	13
II.6 IMC Quality.....	17
II.7 Dimensi Terpilih.....	18
BAB III	20
III.1 Model Konseptual	20
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	21
III.2.1 Tahap Pendahuluan.....	24
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data	24
III.2.2.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan	24
III.2.2.2 Pengelompokkan Atribut Kebutuhan ke dalam Dimensi IMC Quality	25
III.2.2.3 Operasionalisasi Variabel	25
III.2.2.4 Pemberian Kode Data Dimensi IMC Quality	27
III.2.2.5 Perancangan Kuesioner.....	28

III.2.2.6 Pretest.....	29
III.2.2.7 Uji Normalitas.....	29
III.2.2.8 Uji Validitas Konstruk.....	30
III.2.2.9 Uji Reliabilitas.....	30
III.2.2.10 Penentuan Ukuran dan Teknik Sampling.....	31
III.2.2.11 Penyebaran Kuesioner.....	31
III.2.2.12 Pengolahan Kuesioner <i>IMC Quality</i>	32
III.2.2.13 Pengolahan Kuesioner Kano.....	32
III.2.2.14 Pengintegrasian Hasil Kuesioner.....	32
III.2.3 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....	33
III.2.3.1 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	33
III.2.3.2 Perumusan Rekomendasi.....	33
III.2.4 Kesimpulan dan Saran.....	33
BAB IV	34
IV.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data.....	34
IV.2 Pengolahan Data.....	34
IV.2.1 Screening.....	34
IV.2.2 Transformasi Data.....	34
IV.2.3 Uji Reliabilitas.....	35
IV.3 Pengolahan Data Kuesioner.....	37
IV.3.1 Pengolahan Data Kuesioner <i>IMC Quality</i>	37
IV.3.2 Pengolahan Data Kuesioner Model Kano.....	39
IV.4 Pengintegrasian Hasil Kuesioner <i>IMC Quality</i> dan Model Kano.....	40
BAB V	42
V.1 Analisis Pengolahan Data.....	42
V.1.1 Analisis Pengolahan Data <i>IMC Quality</i>	42
V.1.2 Analisis Pengolahan Data Model Kano.....	43
V.1.3 Analisis Integrasi <i>IMC Quality</i> dan Model Kano.....	46
V.2 Perumusan Rekomendasi.....	48
V.2.1 Analisis True Customer Needs.....	48
BAB VI	55
VI. 1 Kesimpulan.....	55
VI. 2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57