

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR ISTILAH	xvi
Bab I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian.....	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	8
Bab II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
<i>II.1 New Marketing Mix</i>	10
<i>II.2 Digital Marketing</i>	10
<i>II.3 Website</i>	11
II.4 Kebutuhan Pelanggan.....	13
II.5 Kepuasan Pelanggan.....	14
II.6 <i>Voice of Costumer (VoC)</i>	14

II.7	Diagram Afinitas	15
II.8	<i>Electronic Service Quality</i> (ESQ)	15
II.9	Perbandingan Alat Ukur Layanan <i>Website</i>	20
II.10	Model Kano	22
II.11	<i>Customer Satisfaction Coefficient</i> (CSC)	27
II.12	Perbandingan Metode Model Kano	28
II.13	Integrasi ESQ dan Model Kano	29
Bab III	METODOLOGI PENELITIAN	31
III.1	Model Konseptual	31
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	32
III.2.1	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	36
III.2.2	Karakteristik Responden.....	36
III.2.3	Instrumen Pengumpulan Data.....	38
III.2.4	Perancangan Kuesioner.....	38
III.2.5	Identifikasi Atribut Kebutuhan Pelanggan.....	39
III.2.6	Diagram Afinitas digunakan untuk Mengelompokkan Atribut Kebutuhan ke dalam Dimensi ESQ	41
III.2.7	Penentuan Indikator Berdasarkan Dimensi Terpilih ESQ	42
III.2.8	Pembuatan Kode	46
III.2.9	Pembuatan Kuesioner ESQ.....	48
III.2.10	Pembuatan Kuesioner Model Kano.....	49
III.2.11	Uji Validitas Isi	50
III.2.12	<i>Pre-Test</i>	51
III.2.13	Penyebaran Kuesioner.....	52
III.2.14	Pengumpulan Kuesioner.....	53
III.2.15	Pengolahan Data.....	53

III.2.16	Uji Normalitas	53
III.2.17	Uji Validitas Konstruk.....	54
III.2.18	Uji Reliabilitas.....	57
III.2.19	Pengumpulan Kuesioner.....	57
III.2.20	Tahap Pengolahan Data Kuesioner ESQ dan Model Kano	58
III.2.21	Integrasi ESQ dan Model Kano.....	58
III.2.22	Analisa Hasil Pengolahan Data	58
III.2.23	Perancangan Sistem Terintegrasi	59
III.2.24	Tahap Analisa dan Rekomendasi	59
III.2.25	Analisa Rancangan Sistem Terintegrasi.....	59
III.2.26	Saran Operasional dan Analisa Sensitivitas	59
III.2.27	Perancangan Rekomendasi.....	59
III.2.28	Validasi Rancangan Rekomendasi PT Gujati 59 Utama.....	60
III.2.29	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	60
Bab IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	61
IV.1	Kriteria dan Data Diri Responden	61
IV.2	Pengolahan Data.....	61
IV.3	<i>Screening</i> Data	61
IV.4	Rekapitulasi Data Diri Responden	62
IV.5	Pembuatan Tabulasi Data.....	62
IV.6	Pengolahan Data Kuesioner ESQ.....	62
IV.7	Pengolahan Data Kuesioner Model Kano	68
IV.8	Integrasi ESQ dan Model Kano.....	80
IV.9	<i>True Customer Needs</i> (TCN)	83
IV.10	Integrasi VoC dengan Indikator <i>True Customer Needs</i>	86
IV.11	Rancangan Sistem Perbaikan.....	88

Bab V	ANALISA DAN REKOMENDASI.....	92
V.1	Analisa Kelebihan dan Kekurangan Rancangan Sistem Perbaikan	92
V.2	Saran Operasional Rancangan Sistem Perbaikan	94
V.3	Analisa Sensitivitas	103
V.4	Rekomendasi dan Verifikasi PT Gujati 59 Utama	107
Bab VI	KESIMPULAN DAN SARAN	112
VI.1	Kesimpulan.....	112
VI.2	Saran.....	113
	DAFTAR PUSTAKA	115