

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktik.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II: TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Produk Jasa	13
2.1.2 Konsep Kualitas Produk Jasa.....	16
2.1.2.1 Definisi Kualitas Produk Jasa	16
2.1.2.2 Pengaruh Kualitas	17
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	18
2.1.3 Fokus pada Konsumen	20
2.1.4 Konsep <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	20

2.1.4.1	Definisi QFD.....	20
2.1.4.2	<i>House of Quality</i> (HoQ).....	21
2.1.4.3	Manfaat QFD	24
2.2	Konsep <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	24
2.3	Penelitian Terdahulu	26
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	28
BAB III:	METODE PENELITIAN.....	30
3.1	Dimensi Kualitas Produk	30
3.2	Definisi Operasional Dimensi Kualitas Jasa.....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1	Data Primer	31
3.3.2	Data Sekunder	32
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penentuan Ukuran Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.4.3	Teknik Penentuan Ukuran Sampel.....	35
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6.1	Kuesioner	37
3.6.2	Studi Pustaka.....	39
3.7	Teknik Pengolahan Data	39
3.7.1	Tabulasi Deskriptif.....	39
3.7.2	Metode <i>Quality Function Deployment</i>	39
3.7.2.1	Menyusun <i>Customer Requirements</i> (<i>What</i>)	40
3.7.2.2	Mengembangkan <i>Planning Matrix</i>	41
BAB IV:	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Deskripsi Perusahaan	54
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	54
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	55

4.1.2.1	Visi	55
4.1.2.2	Misi	55
4.1.3	Produk Perusahaan	55
4.2	Aspek Penelitian Kompetitif	56
4.2.1	Deskripsi Kompetitor	56
4.2.2	Alasan Berkompetisi	57
4.3	Deskripsi Responden	57
4.3.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Persebaran Outlet	58
4.3.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
4.3.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.3.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Tiap Bulan	59
4.3.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	60
4.4	Penerapan <i>Quality Function Deployment</i>	60
4.4.1	Menyusun Atribut Persyaratan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>)	61
4.4.2	Mengembangkan Matriks Perencanaan (<i>Planning Matrix</i>)	62
4.4.2.1	Nilai Kepentingan Pelanggan (<i>Importance to Customer</i>)	62
4.4.2.2	Kinerja Kepuasan Pelanggan	64
4.4.2.3	Kinerja Kompetitif dan Nilai Target	67
4.4.2.4	Rasio Kenaikan	69
4.4.2.5	Poin Penjualan	70
4.4.2.6	<i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i>	72
4.4.2.7	Prioritas Atribut Persyaratan Pelanggan	73
4.4.2.8	Menyusun Diagram IPA	74
4.4.3	Menyusun Atribut Karakteristik Teknis (<i>Technical Responses</i>)	78
4.4.4	Mengembangkan Matriks Hubungan (<i>Relationship Matrix</i>)	79
4.4.5	Mengembangkan Matriks Korelasi Teknis	82
4.4.6	Mengembangkan Matriks Teknis (<i>Technical Matrix</i>)	83
4.4.6.1	Tingkat Kesulitan Perusahaan	83

4.4.6.2	Nilai Target Teknis	84
4.4.6.3	<i>Benchmark</i> Teknis	86
4.4.6.4	Bobot Absolut dan Bobot Relatif.....	87
4.4.6.5	Prioritas Atribut Karakteristik Teknis.....	87
4.4.7	Menyusun <i>House of Quality</i> Secara Lengkap.....	88
BAB V: PENUTUP	91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Keunggulan dan Keterbatasan Penelitian	92
5.2.1	Keunggulan Penelitian	92
5.2.2	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3	Saran	94
5.3.1	Implikasi Kebijakan	94
5.3.2	Solusi Perbaikan.....	97
5.3.2.1	Prioritas Pertama Atribut Persyaratan Pelanggan	97
5.3.2.2	Prioritas Pertama Atribut Karakteristik Teknis.....	98
5.3.3	Saran Peneliti Mendatang	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104