

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Metode Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Inovasi Produk.....	11
2.1.1 Pengertian Inovasi Produk.....	11
2.1.2 Tahapan Inovasi Produk .....	13
2.2 Kualitas.....	20
2.3 Konsumen.....	22
2.3.1 Harapan Pelanggan .....	22
2.3.2 Jenis Harapan Pelanggan .....	23

2.4	Pandangan Tradisional dan Modern Terhadap Aplikasi Konsep Kualitas.....	24
2.5	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i> .....	26
2.5.1	Definisi QFD .....	26
2.5.2	Tahap-tahap Implementasi <i>Quality Function Deployment</i> ..	29
2.5.3	Matriks <i>House of Quality (HOQ)</i> .....	30
2.6	Penelitian Terdahulu .....	37
2.7	Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	43
3.2	Populasi dan Sampel .....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.5	Metode Analisis dan Alat Analisis.....	46
3.5.1	Validitas dan Reliabilitas .....	46
3.5.2	Analisis Deskriptif .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	50
4.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	50
4.1.2	Usia Responden .....	50
4.1.3	Frekuensi Pembelian.....	51
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
4.2.1	Uji Validitas .....	51
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	53
4.3	Analisis Deskripsi Variabel.....	54
4.3.1	Persepsi Tingkat Harapan .....	56
4.3.2	Persepsi Tingkat Kepuasan.....	57
4.3.3	Nilai Kesenjangan antara Kepuasan dengan Harapan Pelanggan	59

4.3.4	Tingkat Kepentingan Indikator.....	61
4.4	Matriks <i>House of Quality</i> (HOQ).....	63
4.4.1	Penentuan Kebutuhan Konsumen ( <i>Whats</i> ) .....	63
4.4.2	Penentuan Tingkat Kepentingan Konsumen .....	63
4.4.3	Penentuan <i>Technical Descriptor</i> ( <i>Hows</i> ).....	64
4.4.4	Penentuan Nilai Target ( <i>Goal</i> ).....	64
4.4.5	Penentuan Rasio Perbaikan Konsumen ( <i>Improvement Ratio</i> )	65
4.4.6	Penentuan Tingkat Kesulitan Pencapaian <i>Hows</i> .....	67
4.4.7	Penentuan hubungan <i>Hows dan Whats</i> ( <i>Roof</i> ).....	68
4.4.8	Penentuan <i>Benchmarking</i> ( <i>Competitive Analysis</i> ).....	68
4.4.9	Penentuan Prioritas Target ( <i>Relative Weight</i> ).....	70
4.5	Pembahasan.....	71
4.5.1	Penerapan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Pada Rencana Peningkatan Kualitas Produk Rumah Brownies Maylisa .....	71
4.5.2	Matriks <i>House of Quality</i> (HOQ) Dalam Penerapan Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) Pada Rencana Peningkatan Kualitas Produk Rumah Brownies Maylisa ....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>75</b>
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	77
5.3	Implikasi Manajerial .....	77
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN 1</b>		
<b>LAMPIRAN 2</b>		
<b>LAMPIRAN 3</b>		