

## Daftar Isi

Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Lampiran .....	x
Intisari .....	xi
Abstracts .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Motivasi Penelitian .....	6
1.6. Manfaat Penelitian .....	6
1.7. Kontribusi Penelitian .....	7
1.8. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	7
1.9. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. Album Musik Kpop .....	10
2.2. Kualitas .....	10
2.3. Layanan .....	11
2.4. <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan) .....	11
2.5. <i>Quality in Internet Retailing</i> .....	13
2.6. <i>Quality Function Deployment</i> .....	13
2.7. <i>House of Quality</i> .....	14
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1. Desain Penelitian .....	19
3.2. Definisi Operasional .....	20

3.3.	Populasi dan Sampel .....	22
3.4.	Instrumen Penelitian.....	22
3.4.1.	Uji Instrumen Penelitian .....	24
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6.	Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1.	Profil Responden.....	31
4.2.	Analisis <i>Quality Function Deployment</i> .....	33
4.2.1.	Ruang Kiri HOQ: Identifikasi Suara Konsumen.....	33
4.2.2.	Ruang Atas: Identifikasi Suara Perusahaan .....	38
4.2.3.	Ruang Tengah HOQ : Matriks Korelasi SP dan SK.....	40
4.2.4.	Ruang Kanan HOQ: Penilaian Rasio Perbaikan dan Prioritas Kepentingan.....	41
4.2.5.	Ruang Bawah HOQ : Bobot Kepentingan dan Prioritas Tindakan.....	43
4.2.6.	Paparan Utuh HOQ.....	45
4.2.7.	Analisis Menyeluruh Metode <i>Quality Function Deployment</i> .....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		49
5.1.	Simpulan.....	49
5.2.	Keterbatasan dan Saran .....	51
5.3.	Implikasi .....	52
Daftar Pustaka .....		53
Lampiran .....		55

## Daftar Gambar

Gambar 3.1 Definisi Operasional Dimensi Kebutuhan Konsumen Album Kpop..	20
Gambar 4.1 Diagram Afinitas Respon Konsumen Loyal .....	34
Gambar 4.2 Diagram Desain Kualitas Layanan Album Musik Kpop.....	36
Gambar 4.3 Ruang Tengah HOQ (Matriks Korelasi Suara Perusahaan dan Suara Konsumen ) .....	39
Gambar 4.4 Ruang Bawah HOQ (Bobot Kepentingan dan Prioritas Tindakan) ..	43
Gambar 4.5 Paparan Utuh <i>House of Quality</i> .....	45

## Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skala Likert Kuesioner Penelitian.....	22
Tabel 3.2 Hasil Pengukuran Reliabilitas Dimensi Kebutuhan Konsumen Album Fisik Kpop di Indonesia .....	24
Tabel 3.3 Daftar Nama Responden Wawancara Respon Teknis .....	26
Tabel 4.1 Data Responden .....	32
Tabel 4.2 Respon Wawancara Konsumen Loyal .....	34
Tabel 4.4 Nilai Faktor Peringkat Kualitas Layanan .....	42

## Daftar Lampiran

Lampiran I. Wawancara Konsumen Loyal .....	55
Lampiran II. Pertanyaan Mengukur Tingkat Kepentingan Album .....	64
Lampiran III. Kuesioner Penelitian .....	66
Lampiran IV. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran V. Wawancara Dengan Praktisi Album Musik Kpop.....	96
Lampiran VI. Nilai Kepentingan Atribut.....	105
Lampiran VII. Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	108