

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II DASAR TEORI	
2.1. Pengembangan Produk	4
2.2. Kualitas	
2.2.1. Pengertian Kualitas	4
2.2.2. Karakteristik Kualitas	5
2.2.3. Dimensi Kualitas	5
2.2.4. Pengukuran Kualitas	6
2.3. Kepuasan Konsumen	
2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	6
2.3.2. Manfaat Kepuasan Konsumen	6
2.4. Survei Pelanggan	
2.4.1. Pengertian Penelitian Survei	6

2.4.2. Skala Pengukuran	7
2.4.3. Instrumen Penelitian	7
2.4.4. Teknik Pengumpulan Data	7
2.5. Metode Sampling	
2.5.1. Pengertian Sampel	8
2.5.2. Menentukan Ukuran Sampel	8
2.6. Pengujian Kecocokan Distribusi	8
2.7. Pengujian Validitas dan Realibitas Instrumen	
2.7.1. Uji Validitas	9
2.7.2. Uji Reliabilitas	10
2.8. Pengolahan Data Kuesioner	10
2.9. Diagram Pareto	11
2.10. <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	
2.10.1. Pengertian QFD	11
2. 10.2. Manfaat QFD	12
2. 10.3. Proses QFD	12
2.11. <i>House of Quality</i> (HoQ)	12
2.12. <i>Concept Selection Matriks</i>	16
2.13. <i>Gabungan Part Deployment dan Process Planning Matriks</i>	16
2.14. <i>Production Planning Matriks</i>	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metodologi Penelitian	18
3.2. Pengumpulan Data	19
3.3. Metode Pengumpulan Data	19
3.4. Jalan Penelitian	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Penentuan Atribut Kebutuhan Konsumen	25
4.2. Survei Pendahuluan	25
4.3. Survei Pelanggan	
4.3.1. Pembuatan Kuesioner	27
4.3.2. Penyebaran Kuesioner	27
4.3.3. Rekapitulasi Hasil Survei Pelanggan	27
4.3.4. Pengujian Validitas Kuesioner	28
4.3.5. Pengujian Reliabilitas Kuesioner	29
4.3.6. Pengolahan Data	29

4.3.7. Pengumpulan Data Keluhan Pelanggan	30
4.4. <i>House of Quality</i> (HoQ)	
4.4.1. Memasukkan Data Kebutuhan Pelanggan	33
4.4.2. Memasukkan Nilai Hasil Survei	33
4.4.3. Penentuan <i>Technical Relations</i>	33
4.4.4. Penentuan <i>Direction of Goodness</i>	33
4.4.5. Mengisi Kolom <i>Interrelationship Matriks dan Correlation</i>	33
4.4.6. Penghitungan <i>Improvement Ratio</i>	35
4.4.7. Penentuan <i>Sales Point</i>	36
4.4.8. Penghitungan <i>Raw Weight</i>	36
4.4.9. Penghitungan <i>Absolute Importance dan Relative Importance</i>	38
4.4.10. Menentukan Nilai Target Tiap <i>Technical Requirements</i>	38
4.5. Pembuatan Alternatif Konsep Pengembangan Produk	
4.5.1. Perumusan Atribut yang Harus Dikembangkan	40
4.5.2. Pembuatan Konsep Pengembangan Produk	
4.5.2.1. Pembuatan konsep pengembangan atribut kelembutan produk	42
4.5.2.2. Pembuatan konsep pengembangan atribut aroma	43
4.6. Pemilihan Konsep Pengembangan Produk	43
4.7. Pembuatan Gabungan <i>Part Deployment dan Process Planning</i>	44
4.8. Pembuatan <i>Production Planning Matriks</i>	46
4.9. Produksi Awal	47
4.10. Pengujian Produk Pengembangan	
4.10.1. Pembuatan Kuesioner	47
4.10.2. Penyebaran Kuesioner	47
4.10.3. Rekapitulasi Hasil Survei Pengujian	47
4.10.4. Pengujian Validitas Kuesioner	48
4.10.5. Pengujian Reliabilitas Kuesioner	48
4.10.6. Pengolahan Data	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	50
5.2. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53