

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	iii
<b>NASKAH SOAL TUGAS AKHIR</b>	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	v
<b>INTISARI</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR</b>	vii
<b>DAFTAR ISI</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>	6
<b>BAB III. LANDASAN TEORI</b>	
3.1. Kualitas Desain	8
3.1.1. Pengertian Kualitas	8
3.1.2. Dimensi Kualitas	9
3.1.3. Pengertian Kualitas Desain	10
3.2. <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	10
3.2.1. Sejarah <i>Quality Function Deployment</i>	10

3.2.2. Konsep dan Manfaat QFD	11
3.2.3. Tahap Pembentukan <i>House of Quality</i>	12
3.3. Metode Penentuan Sampel	15
3.4. Metode Pengujian Kuisisioner	18
3.4.1. Uji Validitas	18
3.4.2. Uji Reliabilitas	18
3.5. Pelanggan/ <i>Customers</i>	19

#### **BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN**

4.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
4.2. Obyek Penelitian	21
4.3. Diagram Alir Penelitian	21
4.4. Sistematika Penelitian	23
4.4.1. Penetapan Masalah dan Tujuan	23
4.4.2. Survey Pendahuluan	23
4.4.3. Pengumpulan Data	23
4.4.4. Pengolahan Data Kuesioner	26
4.4.5. Pengolahan Data dengan QFD	26
4.4.6. Penyusunan Kualitas Desain yang Diinginkan Konsumen	26
4.4.7. Kesimpulan dan Saran	27

#### **BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1. Klasifikasi Data Responden	28
5.2. Pengolahan Data Kuesioner	34
5.2.1. Data Hasil Keinginan Pelanggan	34
5.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Butir	35
5.3. Pengolahan Data dengan <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	40
5.3.1. Menentukan <i>Voice of Customer (Customer Needs)</i>	40
5.3.2. Membangun <i>Planning Matrix</i>	41

5.3.2.1. Menentukan <i>Importance to Customer</i> (IC)	41
5.3.2.2. Menentukan <i>Customer Satisfaction Performance</i> (CSP)	42
5.3.2.3. Menentukan <i>Goal</i>	44
5.3.2.4. Menentukan <i>Improvement Ratio</i> (IR)	45
5.3.2.5. Menentukan <i>Sales Point</i>	46
5.3.2.6. Menentukan <i>Raw Weight</i>	47
5.3.3. Menentukan Kebutuhan Teknis atau <i>Voice of Company</i>	48
5.3.4. Hubungan antara <i>Voice of Customer</i> dengan <i>Voice of Company</i>	52
5.3.5. Hubungan Antar <i>Voice of Company</i>	52
5.3.6. Menentukan <i>Absolute Importance</i> dan <i>Relative Importance</i>	53
5.3.7. Penentuan Target	55
5.4. Penyusunan Kualitas Desain yang Diinginkan Konsumen	57
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1. Kesimpulan	70
6.2. Saran	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	73
<b>LAMPIRAN</b>	75