

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III DASAR TEORI	
3.1. Kualitas Produk	11
3.1.1. Dimensi Kualitas	12
3.1.2. Perspektif Kualitas	13
3.2. <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	15
3.2.1. Penyusunan Hierarki	17
3.2.2. Penentuan Prioritas	19
3.2.3. Konsistensi Logis	21
3.2.4. Formulasi Matematika AHP	21
3.2.5. Analisis Sensitivitas AHP	24

3.3. <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	24
3.4. <i>Fuzzy Logic</i>	27
3.4.1. <i>Crisp Sets</i> dan <i>Fuzzy Sets</i>	27
3.4.1.1. Tipe–tipe Fungsi Keanggotaan	29
3.4.1.2. Logika Aturan Berbasis <i>Fuzzy</i>	31
3.4.2. <i>Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP)</i>	35
3.4.2.1. FAHP Menurut Chen dan Chou (2005)	35
3.4.2.2. FAHP Menurut Kusumadewi (2006)	40
3.4.3. <i>Fuzzy Quality Function Deployment (FQFD)</i>	44
3.5. Uji Statistik Data	50
3.5.1. Uji Kecukupan Data	50
3.5.2. Uji Validitas Data	51
3.5.3. Uji Reliabilitas Data	52
3.6. Penyusunan Kuesioner	53
3.6.1. Format Kuesioner	54
3.6.2. Skala Kuesioner dan Interpretasi Analisis Data	54

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Objek Penelitian	55
4.2. Jenis Data	55
4.3. Metode Pengumpulan Data	56
4.4. Metode Analisis Data	57
4.5. Tahapan Penelitian	58

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Produk Kerajinan Perak Kotagede	63
5.2. Struktur Hierarki	64
5.3. Data Hasil Penelitian Pendahuluan	65
5.4. Profil Responden	67

5.5. Analisis dengan AHP Tradisional	68
5.5.1. Uji Kecukupan Data	68
5.5.2. Rating Rata-Rata	68
5.5.3. Bobot Rata-Rata	69
5.5.4. Perhitungan Nilai Akhir	70
5.6. Analisis dengan <i>Fuzzy Analytical Hierarchy Process</i> (FAHP)	71
5.6.1. FAHP Menurut Chen dan Chou (2005)	72
5.6.2. FAHP Menurut Kusumadewi (2006)	74
5.7. Perbandingan Metode AHP Tradisional dan FAHP	76
5.8. Mengidentifikasi dan Mengumpulkan <i>Customer Needs</i>	78
5.8.1. Pengumpulan Data	79
5.8.2. Pengolahan Data Kuesioner	80
5.9. Pengolahan Data dengan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	84
5.9.1. Menentukan <i>Voice of Customer</i> (<i>Customer Needs</i>).....	84
5.9.2. Membangun <i>Planning Matrix</i>	85
5.9.2.1. Menentukan <i>Importance to Customer</i> (IC)	86
5.9.2.2. Menentukan <i>Customer Satisfaction Performance</i>	85
5.9.2.3. Menentukan <i>Goal</i>	89
5.9.2.4. Menentukan <i>Improvement Ratio</i> (IR).....	90
5.9.2.5. Menentukan <i>Sales Point</i>	91
5.9.2.6. Menentukan <i>Raw Weight</i> atau <i>Final Importance Ratings</i>	92
5.9.3. Menentukan Kebutuhan Teknis atau <i>Voice of Company</i>	93
5.9.4. Hubungan antara <i>Voice of Customer</i> dengan <i>Voice of Company</i>	93
5.9.5. Hubungan antara <i>Voice of Company</i>	95
5.9.6. Menentukan <i>Final Technical Ratings</i>	96
5.9.7. Penentuan Target	97

5.10. Pengolahan Data dengan <i>Fuzzy Quality Function Deployment</i>	99
5.10.1. Menentukan <i>Voice of Customer (Customer Needs)</i>	99
5.10.2. Membangun <i>Planning Matrix</i>	99
5.10.2.1. Menentukan <i>Importance to Customer (IC)</i>	99
5.10.2.2. Menentukan <i>Customer Satisfaction Performance</i>	100
5.10.2.3. Menentukan <i>Goal</i>	101
5.10.2.4. Menentukan <i>Improvement Ratio (IR)</i>	101
5.10.2.5. Menentukan <i>Sales Point</i>	101
5.10.2.6. Menentukan <i>Raw Weight</i> atau <i>Final Importance Ratings</i>	102
5.10.3. Menentukan Kebutuhan Teknis atau <i>Voice of Company</i> ...	103
5.10.4. Hubungan antara <i>Voice of Customer</i> dengan <i>Voice of Company</i>	103
5.10.5. Hubungan antara <i>Voice of Company</i>	104
5.10.6. Menentukan <i>Final Technical Ratings</i>	104
5.10.7. Penentuan Target	106
5.11. Analisis Data	106
5.12. Perbandingan antara QFD dan FQFD	109
5.13. Penentuan Usulan Perbaikan	113
5.14. Validasi Hasil	119
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	120
6.2. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	125