

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PENGESAHAN	ii
PERYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Asumsi dan Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
BAB III LANDASAN TEORI	
3.1 Kepuasan Pelanggan	8
3.2 Pengembangan Produk	9
3.3 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan	10
3.4 Penetapan Spesifikasi Produk	11

3.5	Penyusunan Konsep	13
3.6	Pemilihan Konsep	13
3.7	Penentuan Spesifikasi Akhir	15
3.8	Model Sampling	16
3.8.1	Pengertian Sampel	16
3.8.2	Menentukan Ukuran Sampel	16
3.8.3	Menentukan Teknik Pengambilan Sampel	16
3.9	Pengujian Kenormalan Distribusi	17
3.10	Pengujian Validasi dan Reliabilitas Instrumen	18
3.11	Pengolahan Data	19
3.12	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	20
3.13	<i>House of Quality (HOQ)</i>	21
3.13.1	Pengisian Submatrik Kebutuhan Pelanggan/Konsumen	22
3.13.2	Pengisian Submatrik Perencanaan	22
3.13.3	Pengisian Submatrik Respon Teknis	23
3.13.4	Pengisian Submatrik Korelasi	23
3.13.5	Pengisian Submatrik Korelasi Teknis	23
3.13.6	Pengisian Submatrik Matrik Teknis	23
3.13.7	Menetapkan goal	24
3.13.8	<i>Improvement Ratio</i>	24
3.13.9	<i>Sales Point</i>	24
3.13.10	<i>Raw Weight</i>	24
3.13.11	<i>Absolute importance</i>	24
3.13.12	<i>Relative Importance</i>	25
3.14	Pembuatan <i>Prototype</i>	25
3.14.1	Pembelajaran	25
3.14.2	Komunikasi	25
3.14.3	Penggabungan	25
3.14.4	<i>Milestones</i>	25
3.15	Ergonomi	25
3.14	Bis Trans Jogja	28

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Studi	29
4.1.1 Objek dan Lokasi Penelitian	29
4.1.2 Pengumpulan Data	29
4.2 Instrumen Penelitian	29
4.3 Metode Pengumpulan Data	30
4.4 Tahapan Perancangan	30
4.4.1 <i>Customer Needs Identification</i>	31
4.4.2 Penyusunan Spesifikasi Produk	32
4.4.3 Penyusunan Konsep	32
4.4.4 Penyeleksian Konsep	32
4.4.5 Pembuatan <i>Prototype</i>	32
4.4.6 Pengujian Hasil Pengembangan	32

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Penentuan Karakteristik Kebutuhan Konsumen	33
5.2 Observasi dan Wawancara Perdahulu	34
5.3 Survei Pelanggan	35
Pembuatan Kuesioner	35
Validasi Kuesioner	35
Penyebaran Kuesioner	35
Rekapitulasi Hasil Survei Pengguna	36
Pengujian Validitas Hasil Survei	37
Pengujian Reliabilitas Hasil Survei	38
Pengolahan Data	39
5.4 Penyusunan Spesifikasi Produk	40
5.4.1 Pengisian Data Kebutuhan Pelanggan	40
5.4.2 Pengisian Nilai Hasil Survei	40
5.4.3 Penentuan <i>Technical Relations</i>	40
5.4.4 Penentuan <i>Direction of Goodness</i>	41

5.4.5	Pengisian Kolom <i>Interrelationship Matrix</i> dan <i>Correlation Matrix</i>	42
5.4.6	Perhitungan <i>Improvement Ratio</i>	42
5.4.7	Penentuan <i>Sales Point</i>	42
5.4.8	Penentuan <i>Raw Weight</i>	43
5.4.9	Perhitungan <i>Absolute Importance</i> dan <i>Relative Importance</i>	44
5.4.10	Menentukan Nilai Target Tiap <i>Technical Requirements</i>	44
5.5	Pembuatan Alternatif Konsep Pengembangan Produk	47
5.5.1	Perumusan Karakteristik Yang Harus Dikembangkan	47
5.5.2	Pembuatan Konsep Pengembangan Produk	48
5.6	Pemilihan Konsep Pengembangan Produk	61
5.7	Pembuatan <i>Prototype</i>	62
5.7.1	Desain Produk Pilihan	62
5.7.2	Pembuatan <i>Prototype</i>	66
5.8	Pengujian Produk Pengembangan	67
5.8.1	Pembuatan Kuesioner	67
5.8.2	Penyebaran Kuesioner	68
5.8.3	Pengujian Validitas Kuesioner	68
5.8.4	Pengujian Reliabilitas Kuesioner	68
5.8.5	Pengolahan Data	69
BAB VI PENUTUP		
6.1	Kesimpulan	71
6.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA