

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1 Perumusan Masalah	3
1.1.2 Keaslian Penelitian	3
1.1.3 Manfaat Penelitian	7
1.2 Tujuan Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Six Sigma</i>	9
2.2 Perubahan Organisasional.....	12
2.3 <i>Six Sigma</i> di Perusahaan Jasa.....	13
2.4 Metodologi <i>Six Sigma</i> dan <i>Design For Six Sigma</i> (DFSS).....	14
2.4.1 DMAIC.....	15

2.4.2 <i>Design For Six Sigma</i> (DFSS).....	16
2.5 Nilai <i>Sigma</i>	18
2.6 Tim Proyek <i>Six Sigma</i>	20
2.7 Mengidentifikasi <i>Critical-to-Quality</i> (CTQ) Pelanggan.....	23
2.7.1 Dimensi SERVQUAL	23
2.7.2 <i>Service Performance</i> (SERVPERF)	27
 BAB III PROFIL PERUSAHAAN	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	29
3.2 Visi dan Misi Perum Pegadaian.....	30
3.2.1 Visi	30
3.2.2 Misi	30
3.3 Budaya Perum Pegadaian	31
3.4 Produk dan Jasa Perum Pegadaian.....	31
3.5 Struktur Organisasi	34
 BAB IV MEDOTOLOGI PENELITIAN	
4.1 Lingkup Penelitian	36
4.2 Metode Pengumpulan data	36
4.2.1 Data Primer	36
4.2.1.1 Kuesioner	36
4.2.1.2 Wawancara dan Observasi	37
4.2.2 Data Sekunder	37
4.3 Metoda Pengambilan Sampel	37
4.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	37

4.3.2 Ukuran Sampel	38
4.4 Analisa Data	38
4.4.1 Uji Validitas	39
4.4.2 Uji Reliabilitas	41
4.4.3 Analisis <i>Gap</i>	42
4.5 Diagram Alir penelitian	44
4.6 Tahapan <i>Design For Six Sigma</i> (DFSS)	45
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Persiapan <i>Design For Six Sigma</i> (DFSS)	46
5.2 Tahapan-tahapan <i>Design For Six Sigma</i> (DFSS)	48
5.2.1 Fasa Perumusan (<i>Define</i>)	48
5.2.2 Fasa Pengukuran (<i>Measure</i>)	48
5.2.2.1 Menghitung Kesenjangan (<i>gap</i>) Setiap <i>Critical-to-quality</i> (CTQ)	50
5.2.2.2 Menghitung Kesenjangan (<i>gap</i>) Setiap Atribut	51
5.2.2.3 Menghitung Nilai Sigma Setiap Dimensi (CTQ)	53
5.2.3 Fasa Analisa (<i>Analyze</i>)	54
5.2.3.1 Dimensi <i>Access</i>	54
5.2.3.2 Dimensi <i>Communication</i>	55
5.2.3.3 Dimensi <i>Tangible</i>	56
5.2.3.4 Dimensi <i>Competence</i>	57
5.2.3.5 Dimensi <i>Reliability</i>	58
5.2.3.6 Dimensi <i>Credibility</i>	58

5.2.3.7 Dimensi <i>Responsiveness</i>	59
5.2.3.8 Dimensi <i>Courtesy</i>	59
5.2.3.9 Dimensi <i>Understanding the Customer</i>	60
5.2.3.10 Dimensi <i>Feel Secure</i>	60
5.2.4 Fasa Perancangan (<i>Design</i>)	61
5.2.5 Fasa Verikasi (<i>Verify</i>)	63
5.3 Desain Organisasi <i>Six Sigma</i>	63
BAB VI PENUTUP	
6.1 Simpulan	70
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76