

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DATA NOTASI DAN SINGKATAN	xvi
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	2

1.4. Tujuan Penelitian	2
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III LANDASAN TEORI	7
3.1. <i>Online Travel Agency</i>	7
3.2. Indikator Kesuksesan Produk	8
3.2.1. Kepercayaan Pelanggan	8
3.2.2. Kesuksesan Finansial	8
3.2.3. Keberhasilan Proyek dan Produk Baru	8
3.2.4. Ukuran Tingkat Perusahaan	8
3.3. Standardisasi Data	8
3.4. Model Kano	9
3.4.1. Kategori <i>Must-be Requirements</i>	10
3.4.2. Kategori <i>One-dimensional Requirements</i>	10
3.4.3. Kategori <i>Attractive Requirements</i>	11
3.4.4. Keunggulan Model Kano	11
3.5. Koefisien Determinasi (R^2)	13
3.6. <i>Usability Testing</i>	14
BAB IV METODE PENELITIAN	15
4.1. Objek Penelitian	15
4.2. Alat Penelitian	15
4.3. Metode Pengumpulan Data	16

4.4. Tahapan Penelitian	16
4.4.1. Studi Literatur Indikator Kesuksesan dan Faktor Kesuksesan OTA	16
4.4.2. Seleksi Faktor Kesuksesan <i>Online Travel Agency</i>	16
4.4.3. Menentukan Metode Pengambilan Data	17
4.4.4. Mencari Data Faktor	17
4.4.5. Uji Usabilitas	17
4.4.6. Merancang Penelitian	17
4.4.7. Pengambilan Data	17
4.4.8. Melakukan Standardisasi Nilai Faktor	17
4.4.9. Pengelompokkan Faktor Kesuksesan Sesuai Metode Kano	17
4.4.10. Pembangunan Alternatif Model	18
4.4.11. Uji Validasi	18
4.4.12. Pemilihan Model Terbaik	18
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	21
5.1. Penentuan Indikator Kesuksesan <i>Online Travel Agency</i>	21
5.2. Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan <i>Online Travel Agency</i>	23
5.3. Pembangunan Model Kano Alternatif I	31
5.3.1. Pengelompokkan Variable Anternatif I	31
5.3.2. Hasil Uji Determinasi Model Alternatif I	32
5.3.3. Pemilihan Model Terbaik Alternatif I	33
5.4. Pembangunan Model Kano Alternatif II	33
5.4.1. Pengelompokkan Variabel Alternatif II	33

5.4.2. Hasil Uji Determinasi Model Alternatif II	36
5.4.3. Pemilihan Model Terbaik Alternatif II	36
5.5. Pemilihan Model	37
BAB VI PENUTUP	39
6.1. Kesimpulan	39
6.2. Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Posisi <i>Online Travel Agency</i>	7
Gambar 3.2. Model Kano	9
Gambar 4.1. Alur Penelitian	19
Gambar 4.2. Alur Penelitian (Lanjutan)	20
Gambar 5.1. Pareto Chart Jumlah Pengguna Online Travel Agency di Indonesia	22

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Peta Penelitian	6
Tabel 3.1. Perbandingan Keunggulan dan Kekurangan Model	11
Tabel 2.1. Perbandingan Keunggulan dan Kekurangan Model (Lanjutan)	12
Tabel 2.1. Perbandingan Model	13
Tabel 4.1. Daftar Objek Penelitian	15
Tabel 5.1. Objek Penelitian beserta Jumlah Pengguna dan Standardisasi	23
Tabel 5.2. Faktor Hasil Studi Literatur	24
Tabel 5.3. Faktor Hasil Studi Literatur (Lanjutan)	25
Tabel 5.4. Faktor Kecepatan Loading	26
Tabel 5.5. Faktor Kualitas Informasi	27
Tabel 5.6. Faktor Harga	27
Tabel 5.7. Faktor Usabilitas	28
Tabel 5.8. Faktor Tampilan Visual Website	29
Tabel 5.9. Faktor Jumlah Error	30
Tabel 5.10. Faktor Keamanan	30
Tabel 5.11. Pengelompokkan Variabel Alternatif I	31
Tabel 5.12. Kombinasi Model Alternatif I	32
Tabel 5.13. Hasil Uji Determinasi Model Alternatif I	32
Tabel 5.14. Variabel System Quality	34
Tabel 5.15. Variabel Content Quality	34
Tabel 5.16. Pengelompokkan Variabel Alternatif II	35
Tabel 5.17. Kombinasi Model Alternatif II	35
Tabel 5.18. Hasil Uji Determinasi Model Alternatif II	36
Tabel 5.19. Perbandingan AdjR^2 Model 2 dan Model B	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Faktor Studi Literatur	44
Lampiran 2. Jumlah Pengguna Online Travel Agency	45
Lampiran 3. Daftar Produk dan Harga	46
Lampiran 4. Daftar Produk dan Harga (Lanjutan)	47
Lampiran 5. Daftar Produk dan Harga (Lanjutan)	48
Lampiran 6. Daftar Produk dan Harga (Lanjutan)	49
Lampiran 7. Daftar Produk dan Harga (Lanjutan)	50
Lampiran 8. Hasil Usability Testing	51
Lampiran 9. Hasil Kuisioner Faktor Tampilan Visual	52
Lampiran 10. Perhitungan SSE Model Alternatif I	53
Lampiran 11. Pembangunan Model Alternatif I	60
Lampiran 12. Perhitungan SSE Model Alternatif II	62
Lampiran 13. Perhitungan Model Alternatif II	66