

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Lingkup Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 <i>Competitive Advantage</i>	9

2.2	<i>Quality Management</i>	10
2.2.1	QFD.....	11
2.2.2	SERVQUAL	12
2.3	Model Kano.....	13
2.3.1	<i>Must be</i>	13
2.3.2	<i>One Dimensional</i>	14
2.3.3	<i>Attractive</i>	14
2.3.4	<i>Indifferent</i>	14
2.4	Teori Fuzzy	15
BAB III METODA PENELITIAN		16
3.1	Desain Penelitian.....	16
3.1.1	Langkah pertama.....	17
3.1.2	Langkah kedua	18
3.1.3	Langkah ketiga.....	18
3.1.4	Langkah keempat	19
3.2	Metoda Pengumpulan Data	20
3.3	Instrumen Penelitian.....	21
3.4	Metoda Analisis Data	22
3.4.1	Kebutuhan Pelanggan	22
3.4.2	Model SERVQUAL.....	23

3.4.3	Model Kano	24
3.4.4	<i>Quality Function Development</i>	27
3.4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.4.6	Uji Matriks Korelasi	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Deskripsi Responden	31
4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.2	Responden Berdasarkan Status Pernikahan	31
4.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	32
4.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	33
4.1.5	Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.6	Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan.....	35
4.1.7	Responden Berdasarkan Pengeluaran Selular.....	36
4.2	Uji Validitas Reliabilitas dan Matriks Korelasi	37
4.2.1	Uji Validitas	37
4.2.2	Uji Reliabilitas	40
4.2.3	Uji Matriks Korelasi	40
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.3.1	Derajat Kepentingan	42
4.3.2	<i>Improvement Ratio</i>	45

4.3.3	Model Kano	50
4.3.4	Integrasi QFD Kano dan SERVQUAL.....	52
4.3.5	<i>House of Quality</i>	53
4.4	Pembahasan dan Temuan	61
4.4.1	Kebutuhan Pelanggan Pengguna Selular yang Paling di butuhkan Berdasarkan Derajat Kepentingan	62
4.4.2	Kebutuhan Pelanggan yang Harus Dengan Cepat Mendapatkan Solusi	70
4.4.3	Keinginan Pelanggan yang Dapat Menjadi Penentu Keunggulan Kompetitif dari PT Telekomunikasi Selular.....	71
BAB V SIMPULAN		72
5.1	Simpulan.....	72
5.2	Implikasi Praktis.....	74
5.2.1	<i>Benchmark</i>	74
5.2.2	<i>Market Research</i>	76
5.2.3	Penambahan Cakupan perangkat BTS (Data)	77
5.3	Saran Bagi Peneliti Lain.....	77
Daftar Pustaka		78
Lampiran 1		81
Lampiran 2		82
Lampiran 3		83

Lampiran 4	86
Lampiran 5	90
Lampiran 6	93
Lampiran 7	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Marketshare Telekomunikasi Selular Indonesia	3
Tabel 3.1 Kano Koefisien Fuzzy	19
Tabel 3.2 TFN untuk Derajat Kepentingan	23
Tabel 3.3 TFN untuk SERVQUAL	23
Tabel 3.4 TFN untuk Kano Model	24
Tabel 3.5 TFN setelah α-Cut	25
Tabel 3.6 Penilaian Uji KMO	28
Tabel 3.7 Kriteria Nilai MSA	29
Tabel 4.1 Kode Kebutuhan Pelanggan	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.4 Kebutuhan Pelanggan	42
Tabel 4.5 Derajat Kepentingan 10 Data Pertama	43
Tabel 4.6 Derajat Kepentingan dari Kebutuhan Pelanggan	45
Tabel 4.7 Ekspektasi Pelanggan	46
Tabel 4.8 Persepsi Pelanggan	48
Tabel 4.9 Improvement Ratio	49
Tabel 4.10 Fungsional Kano	50
Tabel 4.11 Disfungsional Kano	51

Tabel 4.12 Derajat Kepentingan yang di Modifikasi.....	52
Tabel 4.13 Kebutuhan Teknis	54
Tabel 4.14 Kebutuhan Teknis	59
Tabel 4.15 Derajat Kepentingan yang sudah di Modifikasi	60
Tabel 4.16 Kebutuhan Teknis Berdasarkan Prioritas.....	61
Tabel 5.1 Kebutuhan Pelanggan dari Modifikasi Derajat Kepentingan	72
Tabel 5.2 Urutan Kebutuhan Teknis	73
Tabel 5.3 Kebutuhan Pelanggan dengan Aktifitas Benchmark	74
Tabel 5.4 Kebutuhan Pelanggan dengan Aktifitas Teknis.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Trafficability dan Pertumbuhan Revenue	2
Gambar 1.2 Sequential-Move Game of Theory	4
Gambar 2.1 Segitiga Strategi Korporasi	9
Gambar 2.2 House of Quality	11
Gambar 2.3 Model Kano	14
Gambar 3.1 Langkah Penelitian	16
Gambar 3.2 Tahap Penelitian	17
Gambar 3.3 House of Quality	19
Gambar 3.4 Triangular Fuzzy Number	24
Gambar 3.5 TFN setelah α -Cut	25
Gambar 3.6 Kuesioner Kano Model	26
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Status Pernikahan	32
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	34
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Usia	35
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan	36
Gambar 4.7 Responden berdasarkan Pengeluaran Komunikasi Selular	37
Gambar 4.8 MOS (Mean Opinion Score)	63

Gambar 4.9 Areal Jangkauan Telkomsel dari Pengukuran Ookla	64
Gambar 4.10 Evolusi Generasi Selular	65
Gambar 4.11 Profile PRB User dan Throughput	66
Gambar 4.12 Peta Regional.....	68
Gambar 4.13 Proses Identifikasi Drop Call pada Drive Test	69
Gambar 4.14 Geolocation.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kebutuhan Pelanggan.....	81
Lampiran 2: Kebutuhan Teknis.....	82
Lampiran 3: Karakteristik Responden.....	83
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas.....	86
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Lampiran 6: Uji Matriks Korelasi.....	93
Lampiran 7: <i>House of Quality</i>	98