

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
Abstrak.....	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah	9
3. Batasan Masalah.....	9
4. Tujuan Penelitian.....	9
5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
1. Hojicha	11
2. Teh Hijau.....	12
3. Susu	15
4. Atribut Produk.....	16
4.1. Kualitas Produk Minuman.....	16

4.2. <i>Brand Image</i>	18
4.3. Daya Saing Produk	19
5. Kepuasan Pelanggan.....	20
6. <i>Total Quality Management (TQM)</i>	22
7. Analisis Statistik.....	24
7.1. Teknik Sampling	24
7.2. Metode Pengumpulan Data	25
7.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuesioner	25
8. <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	27
9. <i>House of Quality</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
1. Objek dan Waktu Penelitian.....	32
2. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33
3. Pengambilan Sampel	35
4. Pengolahan Data.....	37
4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
4.2. Pengolahan Data QFD	39
5. Diagram Alir Penelitian.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
1. Profil Konogawa Coffee & Culture.....	48
2. Deskripsi Responden	51
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	56
4. Tingkat Kinerja Produk	60

5. Tingkat Kepentingan Konsumen.....	62
6. Kesenjangan Atribut Konogawa dan Kedai Pembanding	64
7. Perumusan Kebutuhan Teknis.....	67
7.1. Penentuan Tujuan Masa Depan	67
7.2. Perhitungan Rasio Perbaikan.....	68
7.3. Penentuan Titik Penjualan.....	69
7.4. Perhitungan Skala Kepentingan Konsumen (SKK) dan Normalisasi Kepentingan Konsumen (NSKK)	72
7.5. Daftar Alternatif Kebutuhan Teknis.....	74
8. Perumusan Perbaikan Atribut Produk dan Atribut <i>Brand Image</i>	85
8.1. Analisis Hubungan Kebutuhan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis.....	85
8.2. Prioritas Kebutuhan Teknis	88
8.3. Analisis Korelasi Antar Kebutuhan Teknis dan Penentuan Arah Perbaikan.....	90
8.4. <i>House of Quality</i> (HoQ)	95
BAB V PENUTUP.....	99
1. Kesimpulan.....	99
2. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Matcha dan Hojicha.....	12
Tabel 2. 2 Komposisi Kimia Teh Segar	13
Tabel 2. 3 SNI 3945:2016 Kenampakan Teh Hijau	14
Tabel 2. 4 SNI 3945:2016 Syarat khusus kandungan Teh hijau	14
Tabel 2. 5 Kadungan Gizi Susu Per 100 g	15
Tabel 2. 6 Jenis Susu Pasteurisasi Berdasarkan Suhu & Waktu Pemanasan.	16
Tabel 3. 1 Tingkatan Kriteria Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	39
Tabel 3. 2 Arti Simbol Korelasi	44
Tabel 3. 3 Arti Simbol Korelasi antar Persyaratan Teknis.....	45
Tabel 3. 4 Arti Simbol Arah Perbaikan.....	45
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Data Responden	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas TKP	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas TTK	59
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 5 Nilai Tingkat Kinerja Produk Hojicha	61
Tabel 4. 6 Hasil Olahan Kuesioner TTK	63
Tabel 4. 7 Nilai Kesenjangan Atribut Produk Hojicha	65
Tabel 4. 8 Nilai Kesenjangan Atribut Brand Image Hojicha.....	65
Tabel 4. 9 Nilai Rasio Perbaikan.....	69
Tabel 4. 10 Titik Penjualan	71
Tabel 4. 11 Nilai SKK dan NSKK Atribut Produk	73
Tabel 4. 12 Nilai SKK dan NSKK Brand Image	74

Tabel 4. 13 Target Kebutuhan Teknis.....	84
Tabel 4. 14 Hasil Normalisasi Prioritas Kebutuhan Teknis Produk	89
Tabel 4. 15 Hasil Normalisasi Prioritas Kebutuhan Teknis <i>Brand Image</i>	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Minat Penelusuran Matcha vs Hojicha.....	3
Gambar 1. 3 Top Brand Index Kedai Kopi Fase 1 2021	7
Gambar 2. 1 Fase Matriks QFD	29
Gambar 2. 2 Komponen <i>House of Quality</i> (HoQ)	30
Gambar 4. 1 Kemasan Produk Minuman Konogawa Coffee & Culture.....	50
Gambar 4. 2 Hubungan Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis ..	86
Gambar 4. 3 Hubungan Kebutuhan Konsumen dengan Kebutuhan Teknis Atribut Brand Image	87
Gambar 4. 4 Hubungan Antar Kebutuhan Teknis Produk	91
Gambar 4. 5 Hubungan Kebutuhan Teknis Brand Image	94
Gambar 4. 6 HoQ Atribut Produk	97
Gambar 4. 7 HoQ Brand Image	98