

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK... ..	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum PT. Hyundai Mobil Indonesia	3
1.1.2 Visi dan Misi	3
1.1.2.1 Visi	3
1.1.2.2 Misi	3
1.1.3 Logo	3
1.3 Latar Belakang Penelitian	4
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Kegunaan Penelitian	11

1.6.1 Aspek Teoritis	11
1.6.2 Aspek Praktis	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.7.1 Lokasi dan Objek Peneliatian	12
1.7.2 Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	14
2.1.1 Manajemen Kualitas	14
2.1.1.1 Karakteristik Manajemen Kualitas	15
2.1.1.2 Isu-isu Utama dalam Manajemen Kualitas	15
2.1.2 Kualitas Jasa.....	16
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Jasa	16
2.1.3. TQM.....	18
2.1.3.1 Karakteristik TQM.....	18
2.1.3.1 Perangkat TQM.....	18
2.1.4 QFD	19
2.1.4.1 Manfaat Penggunaan QFD	20
2.1.4.2 Implementasi QFD	21
2.1.5 HoQ	22
2.1.5 Komponen HoQ	23
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	24
2.1.6.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan	25
2.1.6.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Penelitian	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Karakteristik Penelitian.....	35
3.2 Alat Pengumpulan Data	36
3.2.1 Variabel Operasional	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	37
3.3 Tahapan Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	41
3.5 Pengumpulan Data	43
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder	43
3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.6 Validitas dan Reabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Wawancara	45
3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1 Metode Analisis Deskriptif	48
3.7.2 <i>House of Quality</i>	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	66
4.1.1 Karakteristik Narasumber Wawancara	66
4.1.2 Karakteristik Responden Kuesioner	66
4.2 Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Bengkel Servis PT. HMI Bandung	70
4.2.1 Dimensi <i>Tangibles</i> (Bukti-Bukti Fisik)	71

4.2.2 Dimensi <i>Emphaty</i> (Empati).....	72
4.2.3 Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	73
4.2.4 Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	74
4.2.5 Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan).....	75
4.3 Penyusunan <i>House of Quality</i>	76
4.3.1 <i>Customer Requirements</i>	76
4.3.2 <i>Technical Descriptors</i>	78
4.3.3 <i>Relationship between Requirement and Descriptor</i>	82
4.3.4 <i>Correlation Matrix</i>	86
4.3.5 <i>Competitive Assesment</i>	89
4.3.6 <i>Prioritized Customer Requirements</i>	96
4.3.7 <i>Prioritized Technical Descriptors</i>	107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	123
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	124
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	125

DAFTAR PUSTAKA.....	126
----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN.....	130
-----------------------------	------------