

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
Bab I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	11
I.3 Tujuan Penelitian.....	11
I.4 Manfaat Penelitian.....	12
I.5 Batasan Penelitian	12
Bab II LANDASAN TEORI	13
II.1 Studi Pustaka	13
II.2 Kualitas Jasa	17
II.3 Perbandingan <i>Classical QFD</i> dengan <i>Blitz QFD</i>	23
II.4 <i>Blitz QFD</i>	24
II.4.1 Mengumpulkan <i>Voice of Customer</i>	27
II.4.2 Menganalisis <i>Voice of Customer (VoC)</i> yang Diperoleh.....	28
II.4.3 Menstrukturkan Kebutuhan Pelanggan	29
II.4.4 Menganalisis Struktur Kebutuhan Pelanggan	31
II.4.5 Memprioritaskan Kebutuhan Pelanggan	33
II.4.6 Mengembangkan Kebutuhan Pelanggan yang Diprioritaskan	41

II.4.7 Menganalisis Detail Hubungan yang Paling Penting	42
II.5 Telkom Speedy	44
II.5.1 Kelebihan dan Karakteristik Speedy	44
Bab III METODE PENELITIAN	46
III.1 Model Konseptual	46
III.2 Sistematis Pemecahan Masalah	49
III.2.1 Tahap Pendahuluan	51
III.2.2 Tahap Pengumpulan Data	52
III.2.3 Tahap Pengolahan Data.....	61
III.2.4 Tahap Analisis Data	66
III.2.5 Kesimpulan dan Saran.....	68
Bab IV PENGOLAHAN DAN PENGUMPULAN DATA	69
IV.1 Identifikasi Kebutuhan Pelanggan Speedy.....	69
IV.1.1 Perancangan Panduan Wawancara.....	70
IV.1.2 Penentuan Sampel	70
IV.1.3 Pelaksanaan Wawancara	71
IV.1.4 Pengolahan Hasil Wawancara.....	71
IV.1.5 Penyusunan Atribut Kebutuhan	71
IV.2 Identifikasi Tingkat Kepentingan Relatif Elemen Hirarki	73
IV.2.1 Sampel dan Teknik Pengumpulan Data dengan Metode Delphi.....	75
IV.3 Penyusunan Prioritas Atribut Kebutuhan Menggunakan Metode AHP.....	82
IV.3.1 Perancangan <i>Pair-wise Comparison matrix</i> Level I Tahap Kriteria.....	82
IV.3.2 Perancangan <i>Pair-wise Comparison matrix</i> Level II untuk Setiap Kriteria	83
IV.3.3 Perhitungan Ranking dan Nilai <i>Concistency Ratio</i> Level I Tahap Kriteria	86
IV.3.4 Perhitungan Ranking dan Nilai <i>Concistency Ratio</i> Alternatif Untuk Setiap Kriteria	87
IV.3.5 Perhitungan Total Ranking dan nilai <i>Concistency Ratio</i> Global.....	91
IV.4 Perancangan <i>Maximum Value Table</i>	95

Bab V ANALISIS DAN REKOMENDASI	109
V.1 Analisis Sampel Penelitian	109
V.2 Analisis Penyusunan hirarki	111
V.2.1 Analisis <i>Affinity Diagram</i>	111
V.2.2 Analisis Elemen Hirarki	113
V.3 Analisis Ranking Elemen Hirarki.....	116
V.3.1 Analisis Bobot Kriteria Elemen Hirarki	116
V.3.2 Analisis Uji Konsistensi	136
V.4 Analisis <i>Ranking Global Customer Needs</i>	138
V.5 Analisis <i>High Value Customer Needs</i>	140
V.6 Analisis MVT (<i>Maximum Value Table</i>)	141
V.7 Analisis <i>Matriks Diagram</i>	149
V.8 <i>Project Task Table</i>	174
V.9 Rekomendasi Proses Peningkatan Layanan	177
Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	213
VI.1 Kesimpulan.....	213
VI.2 Saran.....	216
VI.2.1 Saran untuk PT.Telkom DCS Area Gianyar	216
VI.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	217
DAFTAR PUSTAKA	218
DAFTAR LAMPIRAN	221