

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Pendapatan Groupon, Inc.....	1
Tabel II. 1 Perbandingan Metode-Metode Peningkatan Kualitas	7
Tabel II. 2 Nilai Pengali Kategori Kano	12
Tabel III. 1 Nilai Pengali Kategori Kano	21
Tabel III. 2 Simbol dalam Matriks Hubungan	23
Tabel III. 3 Simbol Korelasi antar Karakteristik Teknis.....	24
Tabel IV. 1 <i>True Customer Needs</i>	31
Tabel IV. 2 Nilai Pengali Kategori Kano.....	32
Tabel IV. 3 Nilai <i>Adjusted Importance</i>	32
Tabel IV. 4 <i>Adjusted Importance Ranking</i>	34
Tabel IV. 5 Karakteristik Teknis.....	35
Tabel IV. 6 Singkatan <i>Direction of Goodness</i>	36
Tabel IV. 7 <i>Direction of Goodness</i> Karakteristik Teknis	36
Tabel IV. 8 Korelasi <i>True Customer Needs</i> dengan Karakteristik Teknis.....	37
Tabel IV. 9 Simbol Korelasi antar Karakteristik Teknis.....	37
Tabel IV. 10 Satuan Karakteristik Teknis.....	38
Tabel IV. 11 Perbandingan Kinerja Karakteristik Teknis.....	39
Tabel IV. 12 Target Karakteristik Teknis	40
Tabel IV. 13 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> Karakteristik Teknis.....	43
Tabel IV. 14 <i>Percentage Column Weight</i> dan <i>Ranking</i>	43
Tabel IV. 15 Pemenuhan Target Karakteristik Teknis	44
Tabel IV. 16 Tabel Konsep Pengembangan A.....	46
Tabel IV. 17 Tabel Konsep Pengembangan B	46
Tabel IV. 18 Matriks Penyaringan Konsep.....	47
Tabel IV. 19 <i>Critical Part</i>	48
Tabel IV. 20 <i>Direction of Goodness Critical Part</i>	49
Tabel IV. 21 Satuan <i>Critical Part</i>	53

Tabel IV. 22 Perbandingan kinerja <i>critical part</i>	55
Tabel IV. 23 Target <i>Critical Part</i>	58
Tabel IV. 24 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> dari <i>Critical Part</i>	61
Tabel IV. 25 <i>Percentage Column Weight</i> dan <i>Ranking</i>	62
Tabel IV. 26 <i>Ranking Critical Part</i>	64
Tabel IV. 27 Prioritas pengembangan <i>Critical Part</i>	65
Tabel VI. 1 Rekomendasi.....	82