

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 <i>Call Center Service Excellence Index (CCSEI) 2011</i>	1
Tabel I.2 Karakteristik Pelanggan Produk <i>Prepaid</i> dan <i>Postpaid</i> Telkomsel	2
Tabel I.3 Perbedaan Karakteristik <i>Call Center</i> Telkomsel	3
Tabel II.1 Perbandingan Penelitian Terkait	8
Tabel II.2 Perbandingan Metode Penelitian.....	9
Tabel II.3 Tabel Evaluasi Model Kano	12
Tabel IV.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan Data.....	37
Tabel IV.2 Skala Tingkat Harapan, Kenyataan dan Kepentingan	39
Tabel IV.3 Skala Kuesioner Kano	40
Tabel IV.4 Pengkodean Variabel	43
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan.....	47
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kenyataan	48
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepentingan	49
Tabel IV.8 Pengolahan Data Kuesioner <i>Fuzzy Servqual</i>	51
Tabel IV.9 Atribut Kuat Layanan <i>Call Center Prepaid</i> Telkomsel.....	52
Tabel IV.10 Atribut Lemah Layanan <i>Call Center Prepaid</i> Telkomsel	52
Tabel IV.11 Hasil Pengolahan Data Kuesioner <i>Fuzzy Kano Model</i>	54
Tabel IV.12 <i>True Customer Needs</i>	56
Tabel IV.13 Nilai Pengali Kategori Kano.....	57
Tabel IV.14 Nilai <i>Adjusted Importance</i>	57
Tabel IV.15 <i>Adjusted Importance Ranking</i>	58
Tabel IV.16 Karakteristik Teknis.....	59
Tabel IV.17 Singkatan <i>Direction of Goodness</i>	61
Tabel IV.18 <i>Direction of Goodness</i> Karakteristik Teknis	62
Tabel IV.19 Korelasi <i>True Costumer Needs</i> dengan Karakteristik Teknis.....	63
Tabel IV.20 Simbol Korelasi antar Karakteristik Teknis.....	63
Tabel IV.21 Satuan Karakteristik Teknis.....	64
Tabel IV.22 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> Karakteristik Teknis.....	65
Tabel IV.23 Hasil Perhitungan <i>Ranking</i> dari <i>Percentage Column Weight</i>	66
Tabel IV.24 Target Karakteristik Teknis	68

Tabel IV.25 <i>Critical Part</i>	82
Tabel IV.26 <i>Direction of Goodness</i> dari masing-masing <i>Critical Part</i>	83
Tabel IV.27 <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> dari <i>Critical Part</i>	85
Tabel IV.28 <i>Ranking Critical Part</i>	86
Tabel IV.29 Target <i>Critical Part</i>	87
Tabel V.1 Urutan Atribut Kuat berdasarkan NKP	98
Tabel V.2 Urutan Atribut Lemah berdasarkan NKP.....	99
Tabel V.3 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Must-be</i>	102
Tabel V.4 Atribut Kebutuhan Kategori <i>One Dimensional</i>	103
Tabel V.5 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Attractive</i>	104
Tabel V.6 <i>True Customer Needs</i>	105
Tabel V.7 Urutan Atribut Kebutuhan berdasarkan Nilai <i>Adjusted Importance</i> ..	107
Tabel V.8 <i>Benchmarking</i> Karakteristik Teknis.....	116
Tabel V.9 Alasan Penentuan Target Karakteristik Teknis.....	119
Tabel V.10 Prioritas Pengembangan Karakteristik Teknis	126
Tabel V.11 <i>Direction of Goodness</i> pada Setiap <i>Critical Part</i>	129
Tabel V.12 Prioritas Pengembangan <i>Critical Part</i>	134
Tabel V.13 <i>Benchmarking Critical Part</i>	136
Tabel V.14 Alasan Penentuan Target <i>Critical Part</i>	141
Tabel V.15 Rekomendasi <i>Monitoring</i> Kualitas Pelayanan	146
Tabel V.16 Rekomendasi <i>Calibration Session</i>	148
Tabel V.17 Rekomendasi <i>Ongoing Training Inbound</i>	150
Tabel V.18 Rekomendasi <i>Reward CO</i>	152
Tabel V.19 Rekomendasi Standar Jumlah Konfirmasi	154
Tabel V.20 Rekomendasi <i>Update Database Komplain On SLA</i>	155
Tabel V.21 Rekomendasi Standar Waktu Konfirmasi.....	156
Tabel V.22 Rekomendasi Tes PNP	157
Tabel V.23 Rekomendasi Akhir dan Tanggapan Perusahaan	157