

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xviii</b>
<b>Bab I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah .....	4
I.3 Tujuan Penelitian .....	4
I.4 Manfaat Penelitian .....	4
I.5 Batasan Penelitian.....	4
<b>Bab II Landasan Teori</b> .....	<b>6</b>
II.1 <i>Mobile Advertising</i> .....	6
II.2.1 Kerangka Hirarki QFD .....	8
II.3 Metode-Metode Peningkatan Kualitas .....	10
II.4 Integrasi Metode <i>Servqual</i> dan Model Kano kedalam QFD .....	12
II.5 Pengembangan Konsep .....	13
II.6 Pemilihan Konsep.....	15
II.6.1 Konsep <i>Screening</i> .....	15
II.6.2 Konsep <i>Scoring</i> .....	17
II.7 Rangkuman Variabel Penelitian Berdasarkan Hasil Penelitian Relevan Sebelumnya .....	18
<b>Bab III Metodologi Penelitian</b> .....	<b>20</b>
III.1 Model Konseptual .....	20
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	22
III.2.1 Pengumpulan Data .....	24
III.2.2 Perancangan Matriks HoQ (QFD Iterasi 1) .....	24
III.2.3 Pengembangan Konsep .....	28
III.2.4 Konsep <i>Screening</i> .....	29
III.2.5 Perancangan Matriks <i>Part Deployment</i> (QFD Iterasi 2).....	30

III.2.6 Tahap Analisis dan Rekomendasi .....	32
III.2.7 Tahap Kesimpulan dan Saran .....	32
<b>Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data .....</b>	<b>33</b>
IV.1 Pengumpulan Data .....	33
IV.2 Pengolahan Data QFD Iterasi Pertama .....	33
IV.2.1 Integrasi <i>Servqual</i> dan Model Kano kedalam Metode QFD.....	33
IV.2.2 Identifikasi Kartek dan <i>Direction of Goodness</i> .....	35
IV.2.3 Penentuan Matriks Hubungan.....	36
IV.2.4 Penentuan Korelasi antar Kartek .....	36
IV.2.5 Penentuan Matriks Teknis .....	37
IV.3 Pengembangan Konsep.....	39
IV.3.1 Pengembangan Alternatif Konsep .....	39
IV.4 Pemilihan Konsep .....	41
IV.5 Pengolahan Data QFD Iterasi Kedua.....	41
IV.5.1 Identifikasi <i>Critical Part</i> dan <i>Direction of Goodness</i> .....	41
IV.5.2 Penentuan Matriks Hubungan.....	42
IV.5.3 Penentuan Matriks Teknis .....	42
<b>Bab V Analisis Pengolahan Data.....</b>	<b>46</b>
V.1 Analisis QFD Iterasi Pertama.....	46
V.1.1 Analisis <i>True Customer Needs</i> .....	46
V.1.2 Analisis Nilai <i>Adjusted Importance</i> .....	47
V.1.3 Analisis Kartek dan <i>Direction of Goodness</i> .....	49
V.1.4 Analisis Hubungan <i>True Customer Needs</i> dengan Kartek.....	50
V.1.5 Analisis Korelasi Antar Kartek .....	50
V.1.6 Analisis terhadap Matriks Teknis.....	51
V.2 Analisis Pemilihan Konsep .....	60
V.3 Analisis QFD Iterasi Kedua ( <i>Matriks Part Deployment</i> ).....	61
V.3.1 Analisis terhadap <i>Critical Part</i> .....	61
V.3.2 Analisis <i>Direction of Goodness Critical Part</i> .....	65
V.3.3 Analisis Hubungan Kartek dengan <i>Critical Part</i> .....	66
V.3.4 Analisis Matriks Teknis <i>Critical Part</i> .....	66
<b>Bab VI Rekomendasi.....</b>	<b>76</b>
VI.1 Dasar Perumusan Rekomendasi.....	76
VI.2 Rekomendasi Peningkatan Kualitas Layanan SMS Iklan <i>Broadcast</i> .....	77
<b>BAB VII Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>81</b>
VII.1 Kesimpulan.....	81
VII.2 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>