

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG.....	x
DAFTAR ISTILAH	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Batasan Penelitian.....	9
I.5 Manfaat Penelitian	9
I.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II.1 Teori	11
II.1.1 Pusat Pengembangan Karir.....	11
II.1.2 Analisis Kebutuhan	11
II.1.3 Pengembangan VoC (<i>Voice of Customer</i>).....	12
II.1.4 Affinity Diagram	12
II.1.5 <i>Web Usability</i>	13
II.1.6 Model Kano	16

II.1.7 <i>Customer Satisfaction Coefficient (CSC)</i>	19
II.2 Perbandingan Metode Model Kano dengan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	20
II.3 Integrasi <i>Web Usability</i> dan Model Kano	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
III.1 Model Konseptual	24
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	25
III.2.1 Tahap Pendahuluan	27
III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	28
III.2.3 Tahap Analisis Pengolahan Data dan Rekomendasi.....	36
III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
IV.1 Identifikasi Atribut Kebutuhan	37
IV.1.1 Perancangan Panduan Wawancara	37
IV.1.2 Penentuan Responden Wawancara	37
IV.1.3 Pelaksanaan Wawancara	38
IV.1.4 Rekapitulasi Hasil Wawancara	38
IV.2 Pengelompokan Dimensi <i>Web Usability</i> dan Atribut Kebutuhan	40
IV.3 Perancangan Kuesioner.....	43
IV.3.1 Identitas Responden	43
IV.3.2 Karakteristik Responden.....	43
IV.3.3 Kuesioner <i>Web Usability</i>	43
IV.3.4 Kuesioner Model Kano	44
IV.3.5 Uji Validitas Isi	45
IV.4 Penyebaran Kuesioner	45
IV.4.1 Penyebaran Kuesioner Pengguna <i>Website Tel-U Career</i>	45

IV.4.2 Penyebaran Kuesioner Seluruh Sampel Pengguna <i>Website Tel-U Career</i>	47
IV.5 Pengolahan Data Kuesioner	47
IV.5.1 Pengolahan Data Kuesioner <i>Website Tel-U Career</i>	47
BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI.....	58
V.1 Analisis Pengolahan Data Kuesioner <i>Web Usability</i>	58
V.1.1 Atribut Kuat	58
V.1.2 Atribut Lemah	59
V.2 Analisa Pengolahan Data Kuesioner Model Kano.....	60
V.2.1 Kategori <i>Attractive (A)</i>	61
V.2.2 Kategori <i>Must-be (M)</i>	62
V.2.3 Kategori <i>One Dimensional (O)</i>	64
V.2.4 Kategori <i>Indifferent (I)</i>	67
V.3 Analisis integrase Web Usability dan Model Kano	69
V.4 Analisis <i>True Customer Needs (TCN)</i>	70
V.5 Rekomendasi	94
V.5.1 Penyusunan Rekomendasi <i>True Customer Needs Website Tel-U Career</i>	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	98
VI.1 Kesimpulan	98
VI.2 Saran	99
VI.2.1 Saran untuk Pihak <i>Tel-U Career</i>	99
VI.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	99
Daftar Pustaka	100