

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	ii
Daftar Lampiran	iv
Daftar Istilah	v
Bab I	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Tugas Akhir	6
I.4 Batasan Tugas Akhir	7
I.5 Manfaat Tugas Akhir	7
I.6 Sistematika Penulisan	8
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	10
II.1 Komunikasi Pemasaran	10
II.2 <i>Digital Marketing</i>	10
II.3 Media Sosial (Instagram)	10
II.4 Matrik Instagram	11

II.5 Analisis Kebutuhan	12
II.6 <i>Affinity</i> Diagram	12
II. 7 <i>Voice Of Customer</i>	12
II.8 <i>Information Quality</i>	13
II.9 Model Kano.....	15
II. 10 Model <i>Refined</i> Kano	19
II.11 Perbandingan Metode.....	21
II.12 Penelitian Sebelumnya	22
Bab III.....	25
III.1 Kerangka Pemecahan Masalah	25
III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah	26
III.2.1 Pendahuluan	29
III.2.2 Perancangan Alat Ukur	29
III.2.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	35
III.2.4 Tahap Analisis dan Rekomendasi	37
III.2.5 Tahap Kesimpulan dan Saran	38
III.3 Metode Evaluasi	38
Bab IV	39
IV.1 Pengumpulan Data.....	39
IV1.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data.....	39
IV.1.2 Karakteristik Responden	39
IV.2 Pengolahan Data	39
IV.2.1 <i>Screening</i>	39
IV.2.2 <i>Input Data</i>	55
IV.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	55

IV.2.4 Pengolahan Data Kuesioner <i>Information Quality</i>	56
IV.2. 5 Pengolahan Data Kuesioner Kano	57
IV.2.6 Integrasi <i>Information Quality</i> dan Kano	58
IV.3 <i>True Customer Need</i>	60
IV.4 Data Kekurangan Pengelolaan <i>Instagram Natural Taste</i>	62
IV.5 Rancangan Sistem Terintegrasi	64
Bab V ANALISA HASIL DAN EVALUASI.....	66
V.1 Analisis Perancangan Sistem Terintegrasi.....	66
V. 2 Analisa Batasan.....	69
V.2 Analisis Sensitivitas	70
V.3 Rekomendasi.....	75
V.3.1 Rekomendasi Prioritas Atribut Kebutuhan	75
Bab VI	79
VI.1 Kesimpulan	79
VI.2 Saran	80
VI.2.1 Saran kepada Pihak <i>Natural Taste Bandung</i>	80
VI.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	80
Daftar Pustaka	70