

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Alternatif Solusi.....	4
I.3 Rumusan Masalah	5
I.4 Tujuan Tugas Akhir.....	6
I.5 Manfaat Tugas Akhir.....	6
I.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
II.1 Literatur / teori / konsep umum / model / kerangka standar	8
II.1.1 Manajemen Pemasaran	8
II.1.2 Content Marketing	9
II.1.3 UMKM	10
II.1.4 Quality Function Deployment	10
II.1.5 HOQ (House of Quality)	13
II.1.6 Voice of Customer.....	13
II.2 Literatur / teori / konsep umum / model / kerangka standar	14
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	16
III.1 Sistematika Perancangan	16
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	20
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi	21
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	22

IV.1 Pengumpulan Data.....	22
IV.1.1 Teknik Pengumpulan Data	22
IV. 2 Teknik Pengolahan Data.....	27
IV. 2.1 Analisis Data.....	28
IV. 2.3 Bobot Consumer Requirement.....	34
IV. 2.4 Pembentukan Respon Teknis.....	35
IV. 2.5 Pembentukan Hubungan antar Karakteristik Kualitas.....	36
IV. 2.6 Target Perusahaan.....	41
IV. 2.7 Tingkat Kesulitan Pencapaian Target.....	42
IV. 2.8 Perhitungan Prioritas Respon Teknis.....	43
IV. 2.9 Relasi antar Respon Teknis.....	46
IV. 2.10 Pembahasan	48
IV.2.11 Usulan Rancangan	50
BAB V ANALISIS DAN HASIL EVALUASI	51
V.1 Validasi dan Verifikasi	51
V.2 Analisis Hasil.....	55
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
V.1 Kesimpulan	58
V. 2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	1