

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Alternatif Solusi .....	7
I.3    Perumusan Masalah .....	9
I.4    Tujuan Penelitian.....	9
I.5    Batasan Penelitian .....	10
I.6    Manfaat Penelitian .....	10
I.7    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
II.1    Analisis Kebutuhan .....	12
II.2    Komunikasi Pemasaran.....	12
II.3 <i>Social Media Marketing</i> .....	12
II.4 <i>Engagement Rate</i> .....	13
II.5 <i>Brand Awareness</i> .....	13
II.6 <i>Voice of Customer</i> .....	13
II.7 <i>Affinity Diagram</i> .....	13

II.8	<i>Social Media Marketing Activities</i> .....	14
II.9	Perbandingan Metode.....	15
II.10	Model Kano.....	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....		22
III.1	Tahap Pengumpulan Data .....	22
III.2	Sistematika Perancangan.....	22
III.2.1	Tahap Pendahuluan .....	26
III.2.2	Model Konseptual .....	27
III.2.3	Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	29
III.2.4	Tahap Verifikasi.....	38
III.2.5	Tahap Validasi .....	38
III.2.6	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	39
III.3	Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi.....	39
III.4	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		41
IV.1	Pengumpulan Data .....	41
IV.1.1	Identifikasi Atribut Kebutuhan.....	41
IV.1.2	Pengelompokan Atribut Kebutuhan Dengan <i>Affinity Diagram</i> ....	42
IV.1.3	Perancangan Kuesioner <i>Social Media Marketing Activities</i> (SMMA) dan Model Kano.....	42
IV.1.4	Uji Validitas Isi.....	42
IV.1.5	Penentuan Kriteria Responden dan Teknik <i>Sampling</i> .....	42
IV.1.6	Penyebaran <i>Pretest</i> .....	42
IV.1.7	Uji Validitas Konstruk <i>Pretest</i> .....	43
IV.1.8	Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> .....	44
IV.1.9	Penentuan Ukuran Sampel .....	44

IV.1.10	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	44
IV.2	Tahap Pengolahan Data.....	45
IV.2.1	Pengolahan Data Hasil Kuesioner.....	45
IV.2.2	Rekapitulasi Profil Responden.....	45
IV.2.3	Pengolahan Data Kuesioner SMMA.....	47
IV.2.4	Pengolahan Data Kuesioner Model Kano .....	48
IV.2.5	Integrasi Pengolahan Data SMMA dan Model Kano.....	50
IV.2.6	Perumusan True Customer Needs .....	51
BAB V	ANALISIS.....	54
V.1	Verifikasi .....	54
V.2	Analisa Hasil .....	55
V.2.1	Perancangan Sistem Terintegrasi.....	55
V.2.2	Evaluasi Hasil Rancangan.....	57
V.3	Validasi.....	64
V.3.1	Validasi Hasil Rancangan .....	64
V.3.2	Rencana Implementasi Hasil Rancangan .....	65
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
VI.1	Kesimpulan .....	67
VI.2	Saran.....	67
VI.2.1	Saran untuk Sakoffie .....	67
VI.2.2	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	68
DAFTAR	PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN	.....	74