

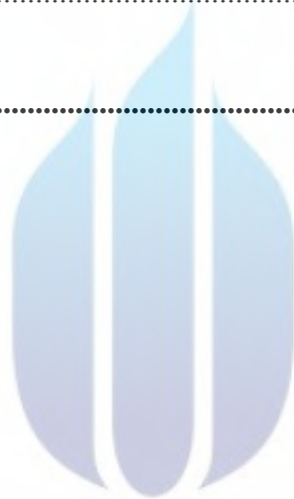
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Produk	7
2.1.1 Definisi Produk	7
2.1.2 Pengembangan Produk.....	7
2.2 Konsumen	8
2.2.1 Kepuasan Konsumen.....	8
2.3 Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	8
2.3.1 Definisi Metode QFD.....	8
2.3.2 Manfaat Metode QFD	10
2.3.3 Fase QFD	11
2.4 <i>Matrix House Of Quality</i>	13
2.4.1 Definisi <i>House Of Quality</i>	13

2.4.2	Unsur-unsur <i>House Of Quality</i>	13
2.4.2.1	Bagian-bagian <i>House Of Quality</i>	13
2.4.3	Langkah-langkah Penyusunan <i>House Of Quality</i>	16
2.4.3.1	Perancangan <i>Customer Table</i>	17
2.4.3.2	Penentuan <i>Technical Response</i>	17
2.4.3.3	Penentuan <i>Technical Correlation</i>	17
2.4.3.4	Penentuan <i>Relationship</i>	18
2.4.3.5	Perancangan <i>Target and Direction of Improvement (DOI)</i>	19
2.4.3.6	Penentuan <i>Absolute and Relative Importance</i>	19
2.5	Matriks <i>Design Deployment</i> QFD Fase 2	20
2.6	Penelitian Terdahulu (<i>State of The Art</i>)	21
2.7	Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Observasi Awal	28
3.2	Jenis Penelitian.....	28
3.3	Data Penelitian	29
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5	Metode Analisis & Pengolahan Data.....	31
3.6	Langkah-langkah Penelitian.....	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		36
4.1	Pengumpulan Data.....	36
4.1.1	Profil Perusahaan	36
4.1.2	Logo Perusahaan	36
4.1.3	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	36
4.1.4	Visi dan Misi PT. Holcim Indonesia Tbk	39
4.1.5	Data Kebutuhan Mentah dari Konsumen (<i>Voice of Customer</i>)	40
4.1.6	Diagram Afinitas	41
4.1.7	Pengumpulan Data Kuesioner QFD.....	42
4.1.8	Pengujian Data Kuesioner QFD.....	42

4.1.8.1	Uji Kecukupan Data.....	42
4.1.8.2	Uji Validitas	44
4.1.8.3	Uji Reliabilitas	45
4.2	Pembentukan <i>Matrix House Of Quality QFD</i> Fase 1	46
4.2.1	Pengolahan Matriks Perencanaan	46
4.2.1.1	Menentukan Tingkat Kepentingan Konsumen	46
4.2.1.2	Menentukan <i>Goal</i>	46
4.2.1.3	Menentukan <i>Improvement Ratio</i> (Rasio Perbaikan)	47
4.2.1.4	Menentukan <i>Sales Point</i>	48
4.2.1.5	Menghitung <i>Raw Weight</i>	50
4.2.1.6	Menghitung <i>Normalized Raw Weight</i>	51
4.2.2	Identifikasi Karakteristik Teknis.....	52
4.2.3	Penentuan Kekuatan Hubungan Antar <i>Customer Needs</i> dengan Karakteristik Teknis.....	54
4.2.4	Penentuan Korelasi antar Karakteristik Teknis	55
4.2.5	Penentuan Matriks Teknis.....	55
4.2.5.1	Penentuan Tingkat Kesulitan Dari Setiap Karakteristik Teknis	55
4.2.5.2	Penentuan Target Karakteristik Teknis.....	56
4.2.5.3	Penentuan <i>Absolute Importance</i> , <i>Relative Importance</i> dan <i>Ranking</i> ..	57
4.2.5.4	Hubungan Antar Respon Teknis.....	58
4.2.6	<i>Matrix House Of Quality</i>	59
4.3	Pembentukan <i>Matrix Design Deployment QFD</i> Fase 2	60
4.3.1	Penentuan <i>Quality Characteristic</i> dan <i>Part Characteristic</i>	60
4.3.2	Identifikasi <i>Direction Of Improvement</i> (DOI)	60
4.3.3	Penentuan Kekuatan Hubungan Antara <i>Quality Characteristic</i> dengan <i>Part Characteristic</i>	61
4.3.4	Penentuan Target <i>Part Characteristic</i> dan Tingkat Kesulitan.....	62
4.3.5	Penentuan Nilai <i>Absolute Importance</i> , <i>Relative Importance</i> dan <i>Ranking</i>	63
4.3.6	Hubungan Antara <i>Part Characteristic</i>	64
4.3.7	<i>Matrix Design Deployment QFD</i> Fase 2.....	65

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	66
5.1 Pembentukan <i>Matrix House of Quality</i> QFD Fase 1.....	66
5.2 Pembentukan <i>Matrix House of Quality</i> QFD Fase 2.....	69
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA