

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Perbandingan Penelitian Terkait	10
Tabel II.2 Rangkuman Dimensi Berdasarkan Penelitian yang Relevan	12
Tabel II.3 Evaluasi Model Kano	16
Tabel IV.1 Pengelompokan Atribut Kebutuhan.....	39
Tabel IV.2 Skala Penilaian Harapan, Kenyataan dan Kepentingan.....	41
Tabel IV.3 Hasil Uji Normalitas Kuesioner <i>E-Service Quality</i>	44
Tabel IV.4 Hasil Uji Normalitas Kuesioner Model Kano	44
Tabel IV.5 Hasil Uji Korelasi <i>Test Retest</i> Kuesioner <i>E-Service Quality</i>	45
Tabel IV.6 Hasil Uji Korelasi <i>Test Retest</i> Kuesioner Model Kano	45
Tabel IV.7 Pengkodean Variabel	47
Tabel IV.8 Pengolahan Data Kuesioner <i>E-Service Quality</i>	51
Tabel IV.9 Atribut Kuat	52
Tabel IV.10 Atribut Lemah.....	53
Tabel IV.11 Tabel Evaluasi Kano	54
Tabel IV.12 Hasil Kategori Kano	54
Tabel IV.13 <i>True Customer Needs</i>	56
Tabel IV.14 Nilai Pengali Kategori Kano.....	57
Tabel IV.15 Nilai <i>Adjusted importance</i>	57
Tabel IV.16 <i>Adjusted Importance Ranking</i>	58
Tabel IV.17 Karakteristik Teknis.....	58
Tabel IV.18 Singkatan <i>Direction of Goodness</i>	60
Tabel IV.19 <i>Direction of Goodness</i> Karakteristik Teknis	61
Tabel IV.20 Korelasi <i>True Costumer Needs</i> dengan Karakteristik Teknis.....	62
Tabel IV.21 Simbol Korelasi antar Karakteristik Teknis.....	62
Tabel IV.22 Satuan Karakteristik Teknis.....	63
Tabel IV.23 Target Karakteristik Teknis	64
Tabel IV.24 Nilai <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> Karakteristik Teknis.....	65
Tabel IV.25 <i>Percentage Column Weight</i> dan <i>Ranking</i>	66
Tabel IV.26 Pemenuhan Target Karakteristik Teknis	67
Tabel IV.27 Matriks Penyaringan Konsep.....	80

Tabel IV.28 <i>Critical Part</i> dari Atribut Konsep.....	81
Tabel IV.29 <i>Direction of Goodness Critical Part</i>	83
Tabel IV.30 Target <i>Critical Part</i>	84
Tabel IV.31 <i>Probability</i> dan <i>Column Weight</i> dari <i>Critical Part</i>	85
Tabel IV.32 <i>Ranking Critical Part</i>	86
Tabel V.1 Urutan Atribut Kuat berdasarkan NKP	99
Tabel V.2 Urutan Atribut Lemah berdasarkan NKP	100
Tabel V.3 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Must-be</i>	102
Tabel V.4 Atribut Kebutuhan Kategori <i>One Dimensional</i>	102
Tabel V.5 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Attractive</i>	103
Tabel V.6 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Indifferent</i>	104
Tabel V.7 Atribut Kebutuhan Terpilih.....	105
Tabel V.8 Urutan Atribut Kebutuhan berdasarkan Nilai <i>Adjusted Importance</i> ..	106
Tabel V.9 Perbandingan Kinerja Karakteristik Teknis Peter Says Denim dengan Pesaing	113
Tabel V.10 Alasan Penentuan Target Karakteristik Teknis.....	117
Tabel V.11 Prioritas Pengembangan Karakteristik Teknis	121
Tabel V.12 <i>Critical Part</i> dengan DoG MTB	124
Tabel V.13 <i>Critical Part</i> dengan DoG TB.....	125
Tabel V.14 <i>Benchmarking Critical Part</i>	128
Tabel V.15 Alasan Penentuan Target <i>Critical Part</i>	132
Tabel V.16 Urutan <i>Critical Part</i> dan Pemenuhan Target	138
Tabel V.17 Prioritas Pengembangan <i>Critical Part</i>	139
Tabel V.18 Rekomendasi Standar Informasi	140
Tabel V.19 Rekomendasi Prosedur Koordinasi	145
Tabel V.20 Rekomendasi Intensitas <i>Update</i>	147
Tabel V.21 Rekomendasi <i>Feedback</i> Pelanggan.....	148
Tabel V.22 Rekomendasi Penambahan Perangkat.....	151
Tabel V.23 Rekomendasi Prosedur Kerja <i>Costumer Service</i>	152
Tabel V.24 Usulan <i>Job Description Costumer Service</i>	153
Tabel V.25 Rekomendasi Prosedur Pengiriman Barang.....	155
Tabel V.26 Standar Proses Pengiriman Barang	155

Tabel V.27 Detail Pemeriksaan Barang	156
Tabel V.28 Rekomendasi <i>Monitoring</i> Pegawai	157
Tabel V.29 Rekomendasi Standar Kompensasi	158
Tabel V.30 Alternatif Penyelesaian Masalah	158
Tabel V.31 Rekomendasi Program Khusus <i>Custom Product</i>	159
Tabel V.32 Rekomendasi <i>Outsource</i>	161
Tabel V.33 Rekomendasi Program Loyalitas	162
Tabel V.34 Rekomendasi Akhir dan Tanggapan Perusahaan	163