

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pengguna Internet Tahun 2012-2016	1
Tabel I.2 Jumlah Konsumen yang memakai layanan merek Indihome kota Bandung Tahun 2015-2017	4
Tabel I.3 Statistik Pengguna Internet STO Tegalega.....	6
Tabel I.4 Data Keluhan Pelanggan Indihome STO Tegalega	10
Tabel II.1 Tahap Evaluasi Model Kano	26
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel IV.1 Dimensi <i>SERVQUAL</i> dan Atribut Kebutuhan	43
Tabel IV.2 Kode Dimensi <i>SERVQUAL</i>	44
Tabel IV.3 Kode Atribut <i>Servqual</i>	45
Tabel IV.4 Skala <i>Servqual</i>	47
Tabel IV.5 Skala Pengukuran Kano.....	47
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	49
Tabel IV.7 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	50
Tabel IV.8 Pertanyaan <i>Screening</i>	51
Tabel IV.9 Karakteristik Responden.....	51
Tabel IV.10 Pengolahan Kuesioner <i>Servqual</i>	52
Tabel IV.11 Atribut Lemah NKP <i>True Customer Needs</i>	52
Tabel IV.12 Atribut Kuat NKP <i>True Customer Needs</i>	53
Tabel IV.13 Pengolahan Kano	54
Tabel IV.14 Perhitungan <i>CSC</i>	55
Tabel IV.15 Perhitungan <i>CSC</i> dimensi Reliabilitas.....	56
Tabel IV.16 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Responsivitas.....	57
Tabel IV.17 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Kompetensi.....	58
Tabel IV.18 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Akses	59
Tabel IV.19 Perhitungan <i>CSC</i> imensi Kesopanan	60
Tabel IV.20 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Komunikasi.....	61
Tabel IV.21 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Kredibilitas	62
Tabel IV.22 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Keamanan	63
Tabel IV.23 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Kemampuan memahami pelanggan	64
Tabel IV.24 Perhitungan <i>CSC</i> Dimensi Bukti Fisik	65

Tabel IV.25 Integrasi Hasil Kuesioner <i>Servqual</i> dan Model Kano	66
Tabel IV.26 <i>True Customer Needs</i>	67
Tabel V. 1 Atribut kuat berdasarkan NKP	69
Tabel V.2 Atribut lemah berdasarkan NKP	70
Tabel V.3 Atribut Kebutuhan Kategori <i>Must-Be</i>	72
Tabel V.4 Atribut Kebutuhan Kategori <i>One Dimensional</i>	73
Tabel V.5 Atribut Kebutuhan Ditingkatkan.....	74
Tabel V.6 Atribut Kebutuhan Dipertahankan	74
Tabel V.7 Analisis <i>True Customer Needs</i>	75
Tabel V.8 Data Kebutuhan dan Kekurangan e-Warong	82
Tabel V.9 Penyusunan Rekomendasi.....	83
Tabel VI.1 Atribut Kebutuhan dan Dimensi	85
Tabel VI.2 Atribut Lemah.....	86
Tabel VI.3 Atribut Kategori Kano	87
Tabel VI.4 Atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan	88
Tabel VI.5 Atribut <i>True Customer Needs</i>	88