

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Penilaian Konsumen Terhadap Produk Otiv.co.....	2
Tabel I. 2 Perbandingan Akun Instagram Kompetitor	4
Tabel I. 3 Hasil In-depth interview	5
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel II. 2 Dimensi Terpilih.....	15
Tabel II. 3 Perbandingan Metode.....	16
Tabel II. 4 Evaluasi Model Kano	23
Tabel III. 1 Mekanisme Pengumpulan Data	28
Tabel III. 2 Atribut <i>Social Media Marketing Activites</i> (SMMA).....	32
Tabel III. 3 Kode Dimensi	33
Tabel III. 4 Skala Pengukuran SMMA	33
Tabel III. 5 Skala Pengukuran Model Kano.....	34
Tabel IV. 1 Atribut Kebutuhan	44
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Konstruk <i>Pretest</i>	46
Tabel IV. 3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	47
Tabel IV. 4 Rekapitulasi Karakteristik Responden Bagian <i>Screening Question</i>	48
Tabel IV. 5 Rekapitulasi Karakteristik Responden Bagian Data Identitas Responden	49
Tabel IV. 6 Hasil Pengolahan Kuesioner SMMA.....	50
Tabel IV. 7 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Model Kano	51
Tabel IV. 8 Hasil Perhitungan CSC	53
Tabel IV. 9 Hasil Integrasi SMMA dan Model Kano	55
Tabel IV. 10 <i>True Customer Needs</i>	56
Tabel IV. 11 Verifikasi Hasil Perancangan.....	57
Tabel V. 1 Validasi Rekomendasi Perbaikan Atribut	59
Tabel V. 2 Analisis Penyelesaian Masalah	62
Tabel V. 3 Evaluasi Hasil Rancangan.....	64