

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Batasan Permasalahan.....	10
1.6. Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sejarah Tanaman Kopi.....	13
2.2. Pengolahan Biji Kopi	15
2.3. Pengukuran Kualitas Kopi	18

2.4.Strategi Operasional	23
2.5.Quality Function Deployment (QFD)	26
2.5.1. Definisi Quality Function Deployment (QFD)	26
2.5.2. Manfaat dan Keunggulan QFD.....	27
2.5.3. Implementasi QFD.....	30
2.5.4. Tahapan Pengumpulan <i>Voice of Customer</i>	30
2.5.5. Tahapan Penyusunan <i>House of Quality</i>	31
2.5.5.1.Customer Requirements/ <i>Voice of Customer</i>	32
2.5.5.2.Matrix Perencanaan/Planning Matrix	33
2.5.5.3.Subtitute Quality Characteristic	36
2.5.5.4.Matriks Hubungan /Relationship.....	37
2.5.5.5.Matriks Korelasi Karakteristik Teknis.....	38
2.5.5.6.Matriks Teknis.....	39
2.5.6. Skala Linkert	40
2.6.Teori Logika Fuzzy	41
2.7.Analisis SWOT	43
2.8.Tahapan Integrasi Analisis SWOT kedalam Modified Fuzzy QFD	43
2.9.Teknik Sampling	46
2.10. Uji Validias dan Reliabilitas	47
2.10.1. Uji Validitas	47
2.10.2. Uji Reliabilitas.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Lokasi dan Waktu Penelitian50

3.2.Jenis Penelitian.....50

3.3.Partisipan51

3.4.Pengumpulan Data Internal dan Eksternal Perusahaan.....52

3.5.Matriks Kebutuhan Pelanggan.....52

 3.5.1. Pengumpulan Data Kebutuhan Konsumen53

 3.5.2. Pengumpulan Data dan Pengolahan Data Kualitatif.....53

 3.5.2.1.Skala Kuisisoner Pengumpulan Data53

 3.5.2.2.Penyebaran Daftar Pertanyaan54

 3.5.2.3.Uji Kecukupan Data54

 3.5.2.4.Uji Statistik Daftar Pertanyaan55

 3.5.2.5.Demografi Informan.....55

 3.5.3. Tingkat Kepentingan *Voice of Customer* (VoC)55

 3.5.4. *Customer and Competitive Satisfaction Performance*55

 3.5.5. Target Perusahaan.....56

 3.5.6. *Improvement Ratio*.....56

3.6.Tahap Pembuatan House Of Quality (HOQ)57

 3.6.1. *Internal and External Factor*.....57

 3.6.2. *Voice of Customer*.....58

 3.6.3. *Correlation Matrix*.....58

 3.6.4. *Relationship Matrix*58

 3.6.5. *Customer Need Priorities Matrix*59

3.6.6. <i>SWOT Priorities Matrix</i>	59
3.6.7. <i>Technical Matrix</i>	60
3.7.Langkah Pengerjaan	61
 BAB IV PENGAMBILAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1.Gambaran Umum Perusahaan.....	63
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	63
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	63
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	64
4.2.Pengambilan Data Internal dan Eksternal Perusahaan	66
4.3.Penetapan <i>Voice of Customer</i>.....	67
4.4.Penyebaran dan Pengolahan Daftar Pertanyaan.....	69
4.4.1. Uji Validitas Daftar Pertanyaan	71
4.4.2. Uji Reliabilitas Daftar Pertanyaan	71
4.4.3. Demografi Informan.....	72
4.5.Tingkat Kepentingan <i>Voice of Customer</i>	78
4.5.1. <i>Customer and Competitive Satisfaction Customer</i>	79
4.5.2. Target Perusahaan	81
4.5.3. <i>Improvement Ratio</i>	81
4.6.Tahap Pembuatan <i>House Of Quality</i>	83
4.6.1. <i>Technical Responses</i>	83
4.6.2. <i>Correlation Matrix</i>	85
4.6.3. <i>Relationship Matrix</i>	86

4.6.4. Arah Pengembangan Respon Teknis (SWOT)	92
4.6.5. Matriks Teknis (<i>Technical Matrix</i>)	94
4.6.5.1. Pemecahan Atribut VoC Menjadi Bilangan <i>Fuzzy Number</i>	94
4.6.5.2. Perhitungan <i>Fuzzy Number</i> Penyusung Respon Teknis (SWOT)	101
4.6.5.3. Perhitungan <i>Crisp Value</i> Respon Teknis (SWOT).....	103
4.7. ANALISIS MATRIKS KEBUTUHAN KONSUMEN.....	105
4.7.1. Analisis <i>Importance to Customer</i>	105
4.7.2. Analisis <i>Customer and Competitive Satisfaction Perform.</i>	106
4.7.3. Analisis <i>Improvement Ratio</i>	108
4.8. ANALISIS HOUSE OF QUALITY	109
4.8.1. Analisis Respon Teknis Yang Diintegrasikan Dari SWOT	109
4.9. ANALISIS STRATEGI OPERASI	112
4.9.1. Strategi Kualitas.....	112
4.9.2. Strategi Produk	112
 BAB V KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN