

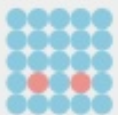
DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teoritis	8
2.1.1 Konsep Manajemen Produksi dan Operasi	8
2.1.2 Daya Saing	9
2.1.3 Pengertian Mutu	10
2.1.3.1 Pengertian Konsep Mutu	10
2.1.3.2 Pengertian Mutu Dendeng	14
2.1.4 Mutu Terpadu	14
2.1.5 Manajemen Mutu Terpadu	14
2.2 Fokus Kepuasan Konsumen/Pelanggan	20
2.2.1 Identifikasi Konsumen/Pelanggan	20
2.2.2 Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan	22
2.2.3 Proses Mengetahui Harapan Pelanggan	24
2.2.3.1 Karakteristik Produk Yang Diinginkan Pelanggan	24
2.2.3.2 Tingkat Performansi Yang Dibutuhkan Untuk Mengetahui Harapan Pelanggan	27
2.2.3.3 Kepentingan Relatif (Urutan Prioritas) Dari Setiap Karakteristik	28
2.2.3.4 Kepuasan Pelanggan Terhadap Performansi Yang Ada Sekarang	28
2.2.4 Mekanisme Memahami Harapan Pelanggan	29
2.3 Pemasaran Berbasis Nilai	35
2.3.1 Nilai Bagi Pelanggan (<i>Customer Value</i>)	32
2.3.2 Strategi Berorientasi Pasar	32
2.4 <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	35
2.5 Penelitian Terdahulu	42
2.6 Kerangka Pemikiran Konseptual	65



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

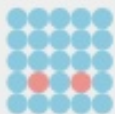
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	69
3.2	Jenis dan Sumber Data	69
3.3	Metode Pengumpulan Data	69
3.4	Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel	70
	3.4.1 Teknik Pengambilan Sampel	70
	3.4.2 Ukuran Sampel	71
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	72
IV.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN BLANGRAKAL MEATSHOP	
4.1	Profil Perusahaan	82
4.2	Visi dan Misi Perusahaan Blangrakal Meatshop	82
4.3	Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan	83
4.4	Sarana dan Prasarana	84
4.5	Produk Blangrakal Meatshop	85
4.6	Usaha-usaha Peningkatan Kualitas dan Pengembangan Produk Baru	86
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1	Karakteristik Responden	88
5.2	Analisa <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	90
5.3	Identifikasi Kebutuhan Pelanggan	92
	5.2.1 Identifikasi Keinginan Pelanggan (<i>Voice of Customer</i>) ..	92
	5.2.2 Penentuan Bobot Elemen Keinginan Pelanggan (<i>Voice of Customer</i>)	95
5.4	Identifikasi Tingkat Kepuasan Konsumen Dendeng Sapi Aceh	96
5.5	Struktur <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	97
5.6	Implementasi Manajerial	104
	5.5.1 Implementasi Manajerial Terhadap Atribut Dendeng Sapi	104
	5.5.2 Implementasi Manajerial Berdasarkan Spesifikasi Kinerja Perusahaan	109
5.7	Memperoleh Hasil Dari Kepuasan Pelanggan	114
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan	116
6.2	Saran	117
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN	123

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

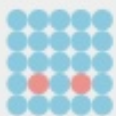
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 1.	Data Penjualan Dendeng Sapi Aceh Merek Cakradonya Produksi Blangrakal Meatshop	5
Tabel 2.	Komponen Dendeng Sapi	12
Tabel 3.	Bagan Matriks Metode Perbandingan Eksponensial	74
Tabel 4.	Bagan Matriks Penentuan Bobot	76
Tabel 5.	Pengelompokan Tingkat Kepuasan Konsumen Dendeng Sapi Aceh	77
Tabel 6.	Data Karyawan Blangrakal Meatshop	84
Tabel 7.	Lokasi Pemasaran Dendeng Sapi Aceh merek Cakradonya	85
Tabel 8.	Daftar Produk Olahan Yang Dipasarkan Oleh Blangrakal Meatshop	86
Tabel 9.	Identitas Responden Ahli Untuk Penentuan Bobot Atribut Dendeng Sapi Aceh	89
Tabel 10.	Hasil Korelasi <i>Product Moment</i> Sebelas Produk Dendeng Sapi Aceh	94
Tabel 11.	Bobot Atribut Dendeng Sapi Aceh	95
Tabel 12.	Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Dendeng Sapi Aceh merek Cakradonya	96
Tabel 13.	Implikasi Manajerial Terhadap Atribut Dendeng Sapi Aceh	111
Tabel 14.	Implikasi Manajerial Terhadap Spesifikasi Kinerja Blangrakal Meatshop	113



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

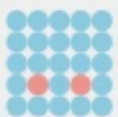
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Hal
Gambar 1.	Diagram Tulang Ikan	18
Gambar 2.	Model Diskonfirmasi dari Kepuasan/Ketidakpuasan	23
Gambar 3.	Mekanisme Memahami Harapan Pelanggan	29
Gambar 4.	Bagan Rumah Kualitas	38
Gambar 5.	Urutan Rumah Kualitas	39
Gambar 6.	Proses QFD	40
Gambar 7.	Skema Kerangka Pemikiran Konseptual	68
Gambar 8.	Matriks Rumah Mutu	44
Gambar 9.	Struktur Organisasi Perusahaan Blangrakal Meatshop	84
Gambar 10.	Rumah Mutu (<i>House of Quality</i>)	90
Gambar 11.	Rumah Mutu Dendeng Sapi Aceh Merek Cakradonya	102



© Hak Cipta Milik IPB
Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

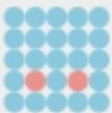
DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Hal
Lampiran 1.	Contoh Kuesioner Survey Konsumen	123
Lampiran 2.	Hasil Validitas Atribut Dendeng Sapi Aceh Dengan Menggunakan Program SPSS Versi 11	127
Lampiran 3.	Kuesioner Penentuan Prioritas Kepentingan Atribut	128
Lampiran 4.	Hasil Perhitungan Prioritas Kepentingan Atribut Dendeng Sapi Aceh	129
Lampiran 5.	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Dendeng Sapi Aceh Yang Dikonsumsinya	130
Lampiran 6.	Hasil Tingkat Kepuasan Konsumen Dendeng Sapi Aceh	131
Lampiran 7.	Hasil Penentuan Keterkaitan Spesifikasi Kinerja	132



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.