

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Penelitian	4
1.3 Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Kerangka Pemikiran	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen Operasi	12
2.1.1 Karakteristik Manajemen Operasi.....	16
2.1.2 Fungsi Sistem Operasi.....	17
2.2 Proses Produksi.....	19
2.2.1 Pengertian Proses Produksi.....	19
2.2.2 Jenis-Jenis Proses Produksi	20
2.2.3 Fungsi Produksi	24
2.2.4 Proses Produksi dalam Perusahaan Manufaktur	26
2.3 Kualitas	31
2.4 Bahan Baku.....	32
2.5 Produk.....	33
2.5.1 Atribut Produk	34
2.5.2 Tingkatan Produk.....	35
2.6 Perilaku Konsumen.....	36
2.6.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	36
2.7 Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	37
2.7.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	37
2.7.2 Rumah Kualitas (<i>House of Quality</i>)	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
3.1.1 Profil Perusahaan	47
3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	48
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	49
3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	49
3.2 Teknik Pengumpulan Data... ..	52

3.3	Populasi dan Sampel.....	54
3.3.1	Populasi.....	54
3.3.2	Sampel	55
3.4	Penyebaran Kuesioner	55
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1	Uji Validitas (Uji Kesahihan Butir).....	55
3.5.2	Uji Reliabilitas	59
3.6	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	60
3.6.1	Teknik Pengolahan Data.....	60
3.6.2	Analisis Data.....	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Pengumpulan Data.....	63
4.1.1	Pengumpulan Data yang diperoleh dari Responden	63
4.1.2	Pengumpulan Data dari Pihak Manajemen.....	66
4.2	Pengolahan Data	66
4.2.1	Uji Validitas (Uji Kesahihan Butir).....	66
4.2.2	Uji Reliabilitas	68
4.2.3	Hasil Atribut Proses Produksi Yang Valid dan Reliabel	70
4.3	Pembahasan Rumah Kualitas	71
4.3.1	Hasil Atribut Proses Produksi yang Diprioritaskan Konsumen	71
4.3.2	Upaya Operasional Broken Thirteen Merch	76
4.3.3	Hubungan antara Konsumen dan pihak Operasional	78
4.3.4	Hubungan antara sesama Upaya Operasional.....	87
4.3.5	Atribut Proses Produksi yang diprioritaskan Broken Thirteen Merch.....	93
4.3.6	Perbandingan Proses Produksi antara Broken Thirteen Merch dan Pesaing	97
4.3.7	Upaya Operasional yang Diprioritaskan Produsen Broken Thirteen Merch Berdasarkan Proses Produksi yang Diprioritaskan Konsumen	99
4.4	<i>Total House Of Quality</i>	103
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran	109
	DAFTAR PUSTAKA	111
	LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	56
Tabel 4.1	Atribut Proses Produksi yang Diinginkan Konsumen	64
Tabel 4.2	Skala <i>Likert</i>	65
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Terhadap Atribut Proses Produksi yang diinginkan Konsumen.....	67
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Prioritas Proses Produksi yang diinginkan Konsumen	68
Tabel 4.5	Atribut Proses Produksi yang Diinginkan Konsumen yang Valid dan Reliabel.....	70
Tabel 4.6	Prioritas Konsumen Terhadap Atribut Proses Produksi Berdasarkan Nilai Rata-rata	71
Tabel 4.7	Upaya Operasional Perusahaan	77
Tabel 4.8	Peringkat Prioritas Proses Produksi yang Dilakukan oleh Broken Thirteen Merch	93
Tabel 4.9	Perbandingan antara Broken Thirteen Merch dengan Fluffy Loaded.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1	Proses Transformasi Produksi A.H Nasution (2003)	27
Gambar 2.2	<i>House Of Quality</i> Nasution (2006).....	42
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Broken Thirteen Merch	50
Gambar 3.2	<i>House Of Quality</i> Nasution (2006).....	62
Gambar 4.1	Hubungan antara Atribut Proses Produksi yang menjadi Prioritas Konsumen dengan Upaya Operasional Broken Thirteen Merch	79
Gambar 4.2	Hubungan antara sesama Upaya Operasional oleh Produsen...	88
Gambar 4.3	Upaya Operasional yang Diprioritaskan Produsen Berdasarkan Proses Produksi yang Diprioritaskan Konsumen	100
Gambar 4.4	<i>Total House of Quality</i>	104