

ABSTRAK

Seiring perkembangan jaman makin bertambah ketat persaingan antar perusahaan. Hal ini juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal memilih produk. Dengan banyaknya produk maka perusahaan harus lebih jeli memperhatikan akan kebutuhan dari konsumen. Hal ini agar produk mereka dapat lebih diterima di masyarakat. Salah satunya adalah mengenai tas, tas dipilih adalah tas mahasiswa karena perusahaan memandang masih bisa menambah volume penjualan dan memperluas pangsa pasar sehingga perusahaan dapat terus bersaing dan berinovasi.

CV Kurnia Tas Abadi sebagai salah satu perusahaan tas, perusahaan melihat suatu kesempatan untuk merancang suatu tas mahasiswa, tas yang akan dirancang melihat akan kebutuhan masyarakat yang saat ini sedang dibutuhkan.

Penulis akan membantu perusahaan untuk melakukan penelitian tentang perancangan tas yang sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat. Metode yang digunakan adalah dengan metode *Quality Function Deployment*. Metodologi ini menitikberatkan akan terpenuhinya *Customer Needs* dan serta memperhitungkan akan kemampuan dari perusahaan itu sendiri.

Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner dengan teknik *sampling purposive* kepada 300 orang responden. Variabel dari kuesioner ini ditentukan dari pendapat masyarakat itu sendiri berdasarkan kuesioner pendahuluan yang dibagikan. Oleh karena itu semua yang menjadi pusat perhatian produk akan bersumber dari masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variabel yang penting menurut konsumen adalah tas nyaman untuk dibawa dan tas mudah dibersihkan. Sedangkan untuk *Part Requirements* yang menjadi prioritas adalah mengenai jenis benang yang digunakan, jenis benang yang digunakan menentukan kekuatan dari tali tas membawa beban berat dan tas tidak cepat rusak

Berdasarkan hasil keseluruhan maka dirancanglah suatu tas mahasiswa dengan memenuhi semua kebutuhan tersebut. Beberapa fitur yang ditawarkan seperti pelindung tas dari hujan, lalu menyediakan berbagai macam fitur seperti tempat HP, tempat uang receh, tempat kunci, tempat kabel laptop, dan terdapat tempat laptop yang tahan bentur. Selain itu juga tas ini dirancang bersama dengan ,pelindung dada untuk pengendara sepeda motor.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsumen.....	2-1
2.1.2 Pengertian Konsumen.....	2-1
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	2-1
2.2 Quality Function Deployment.....	2-3
2.2.1 Definsi.....	2-3
2.2.2 HOQ (House Of Quality).....	2-4
2.3 Concept Selection.....	2-8
2.4 Part Planning Matix.....	2-9
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11
2.6 Populasi dan Sampel.....	2-13
2.7 Teknik Sampling.....	2-14
2.8 Skala pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-15
2.8.1 Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-15

2.9	Tipe Skala Pengukuran.....	2-16
2.10	Penentuan Ukuran Sampel.....	2-18
2.11	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	2-20
2.11.1	Uji Validitas.....	2-20
2.11.2	Uji Reliabilitas.....	2-20
2.12	Benchmarking.....	2-21
2.12.1	Pengertian Benchmarking.....	2-21
2.12.2	Proses Benchmarking.....	2-22
2.13	Segmentasi Pasar Konsumen.....	2-23
2.13.1	Segmentasi Geografis.....	2-23
2.13.1	Segmentasi Demografis.....	2-23
2.13.1	Segmentasi Geografis.....	2-23
2.14	Dimensi Produk.....	2-24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.3	Identifikasi Masalah.....	3-5
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.6	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.7	Penentuan Target Pasar dan Pesaing.....	3-6
3.8	Studi Literatur.....	3-8
3.9	Pembuatan Variabel Penelitian.....	3-8
3.10	Pembuatan Kuesioner	3-10
3.11	Uji Validitas Konstruksi.....	3-15
3.12	Penentuan Ukuran Sampel Penelitian.....	3-16
3.13	Penentuan Teknik Sampling.....	3-17
3.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-17
3.15	Pengecekan Kuesioner Pendahuluan.....	3-17
3.16	Uji Validitas.....	3-18
3.17	Uji Reliabilitas.....	3-18

3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-19
3.19	Pengecekan Kuesioner Penelitian.....	3-20
3.20	Pengolahan Data.....	3-20
3.20.1	House Of Quality.....	3-20
3.21	Concept Selection.....	3-21
3.22	Part Planning Matrix.....	3-21
3.23	Analisis.....	3-22
3.24	Perancangan Tas.....	3-22
3.25	Analisis Perancangan Tas.....	3-22
3.26	Kesimpulan dan Saran.....	3-22
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Uraian Singkat Data Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3	Deskripsi Pekerjaan.....	4-2
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-2
4.3	Penyebaran Kuesioner Awal.....	4-11
4.4	Pengumpulan Data.....	4-11
4.4.1	Penyebaran Kuesioner Lanjutan.....	4-11
4.4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Konsumen.....	4-11
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Pendahuluan dan Analisis.....	5-1
5.1.1	Uji Validitas.....	5-1
5.1.2	Uji Reliabilitas.....	5-6
5.1.3	Target Pasar dan Penyebaran Kuesioner Untuk Data Responden.....	5-7
5.1.4	Analisis Target Pasarr dan Penyebaran Kuesioner Untuk Data Responden.....	5-10
5.1.5	House Of Quality (Product Planning).....	5-11
5.1.5.1	<i>Improtance to Customer (ItC), CoSP (Competitor Satisfaction Performance), dan Goal</i>	5-11

5.1.5.2 Analisis Hasil Perhitungan <i>Itc</i> , <i>CoSP</i> dan <i>Goal</i>	5-13
5.1.5.1 <i>Sales Point</i> , <i>Raw Weight</i> , <i>Normalized Raw Weight</i> , dan <i>Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-14
5.1.5.4 Analisis Hasil Perhitungan <i>SP</i> , <i>RW</i> , <i>NRW</i> , dan <i>CNRW</i>	5-16
5.1.5.5 <i>House Of Quality</i>	5-17
5.1.5.6 Analisis Hasil dari Variabel, <i>Technical Requirements</i> , <i>Impact</i> , <i>Nilai Impact</i> , <i>NRW</i> dan <i>Relationship</i>	5-19
5.1.5.7 <i>Technical Requirements</i> , <i>Target</i> , <i>Contribution</i> , <i>Normalized Contribution</i> dan <i>Prioritas</i>	5-26
5.1.5.8 Analisis Hasil Target Yang Ditentukan.....	5-27
5.1.5.9 <i>Co-Relationship</i>	5-30
5.1.5.10 Analisis Hasil <i>Co-Relationship</i>	5-31
5.1.5.11 <i>Competitive Benchmarking</i>	5-33
5.1.6 <i>Concept Selection</i>	5-36
5.1.6.1 Analisis Hasil <i>Concept Selection</i>	5-36
5.1.7 <i>Part Planning Matrik</i>	5-33
5.1.7.1 <i>Technical Requirements</i> , <i>Part Requirements</i> , <i>Impact</i> , <i>Nilai Impact</i> , <i>NRW</i> , dan <i>Importance</i>	5-33
5.1.7.2 Analisis <i>Technical Requirements</i> , <i>Part Requirements</i> , <i>Impact</i> , <i>Nilai Impact</i> , <i>NRW</i> , dan <i>Importance</i>	5-39
5.1.7.3 <i>Part Requirements</i> dan <i>Part Specifications</i>	5-44
5.1.7.4 Analisis hasil <i>Part Requirements</i> dan <i>Part Specifications</i> ..	5-46
5.1.8 Rancangan Bagian-Bagian Tas.....	5-50
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.1.1 Kesimpulan Untuk Perusahaan.....	6-1
6.1.2 Kesimpulan Untuk Akademik.....	6-6
6.2 Saran.....	6-7
6.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	6-7
6.2.2 Saran Untuk Akademik.....	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Simbol Relationship	2-7
2.2	Simbol Co-relationship	2-8
2.3	Simbol Relationship	2-11
2.4	Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu Taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%	2-20
2.5	Dimensi Kualitas	2-26
3.1	Pembuatan Variabel Penelitian	3-9
3.2	Hasil Kuesioner	3-13
3.3	Hasil Kuesioner (lanjutan)	3-14
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi	3-16
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-17
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-18
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-19
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-20
3.4	Komentar Uji Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-21
3.5	Hasil Validitas Konstruksi	3-22
3.5	Hasil Validitas Konstruksi (lanjutan)	3-23
3.6	Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu Taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%	3-24
5.1	Validitas Tingkat Kepentingan	5-3
5.2	Validitas Performance Tas Eiger	5-4
5.3	Validitas Performance Tas Tracker	5-5
5.4	Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.5	Reliabilitas Tingkat Eiger	5-7
5.6	Reliabilitas Tingkat Tracker	5-7
5.7	Nilai <i>Importance to Customer (ItC)</i> , <i>Competitor Satisfaction (Cosp)</i> , dan <i>Goal</i>	5-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.8	<i>Sales Point, Raw Weight, Normaliazed Raw Weight, dan Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-14
5.9	<i>Variabel, Technical Requirements, Impact, Nilai Impact, NRW dan Relationship</i>	5-17
5.9	<i>Variabel, Technical Requirements, Impact, Nilai Impact, NRW dan Relationship (lanjutan)</i>	5-18
5.10	<i>Technical Requirements, Target, Contribution, Normalized, Contribution, dan Prioritas</i>	5-26
5.11	<i>Co-relationship</i>	5-30
5.12	<i>Simbol Co-relationship</i>	5-31
5.13	<i>Ringkasan Benchmark Dengan Produk Pesaing</i>	5-35
5.14	<i>Technical Requirements, Part Requirements, Impact, Nilai Impact, NRW, dan Importance</i>	5-38
5.15	<i>Part Requirements dan Part Spesifications</i>	5-45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	House Of Quality	2-4
2.2	Concept Selection	2-9
2.3	Part Planning Matrix	2-10
2.4	Teknik Sampling	2-15
3.1	Bagan Metodologi Penelitian	3-1
3.1	Bagan Metodologi Penelitian (lanjutan)	3-2
3.1	Bagan Metodologi Penelitian (lanjutan)	3-3
3.1	Bagan Metodologi Penelitian (lanjutan)	3-4
3.2	Tas Eiger Absis 02 Hitam	3-12
3.3	Tas Tracker TR50	3-12
5.1	Jenis Kelamin	5-8
5.2	Bahan Yang Diinginkan	5-8
5.3	Tempat Khusus Yang Diinginkan Pada Tas	5-9
5.4	Berat Tas	5-9
5.5	Tas Eiger Absis 02 Hitam	5-34
5.6	Tas Tracker TR50	5-34
5.7	House Of Quality tahap 1 (lampiran hal. 2)	5-35
5.8	Concept Selection (lampiran hal. 3)	5-36
5.9	Part Planning Matrix (lampiran hal. 4)	5-49
5.10	Dimensi Tas	5-50
5.11	Pengangan tas dan tali tas	5-50
5.12	Tempat air minum	5-51
5.13	Penutup Tas	5-51
5.14	Pelindung Dada	5-52
5.15	Tempat HP	5-52
5.16	Tempat penghapus dan tipe-x	5-53
5.17	Tempat Bolpoint atau pensil	5-53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.18	Tempat Penggaris	5-54
5.19	Tempat uang receh	5-54
5.20	Tempat Kunci	5-55
5.21	Tempat Pelindung Laptop	5-56
5.22	Tas Tampak Depan	5-57
5.23	Tas Tampak Belakang	5-58
5.24	Tas Tampak Depan (terbuka)	5-59
5.25	Tas Tampak Samping	5-60
5.26	Tas Tampak Atas	5-61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Judul		Halaman
1	Kuesioner	1-1
2	Tabel R Product	1-2
3	Hasil Validitas Konstruksi	1-3