

DAFTAR ISI

	hal.
SAMPUL DALAM	i
PRASYARAT GELAR	ii
PENGESAHAN	iii
PENETAPAN PENGUJI	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.6 Penelitian Terdahulu	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Desain Grafis	11
2.1.1 Prinsip dan unsur desain	11
2.1.2 Peralatan desain grafis	12
2.1.3 Beberapa <i>software</i> dalam desain grafis	14
2.2 Desain Kemasan	15
2.3 Fungsi Kemasan	16
2.4 Faktor-faktor Desain Kemasan	18

2.5	Aspek-aspek Daya Tarik Visual	22
2.6	Produk Air Mineral	25
2.7	Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	25
2.7.1	Konsep QFD	25
2.7.2	Rumah mutu (<i>House of Quality</i>)	27
2.7.3	Matriks rumah mutu	29
2.8	Metode Taguchi	30
2.8.1	Proses perancangan parameter	31
2.8.2	Rasio <i>Signal-to-Noise</i> (SNR)	32
2.8.3	Faktor terkendali dan faktor <i>noise</i>	33
2.8.4	Perancangan eksperimen Taguchi	34
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.2.3	Teknik pengambilan sampel	37
3.3	Variabel dan Definisi Operasional	38
3.3.1	Penyusunan kuisisioner	38
3.3.2	Variabel	42
3.3.3	Definisi operasional	42
3.4	Instrumen Penelitian	44
3.5	Pengumpulan Data	44
3.6	Analisis Data	45
3.6.1	Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	45
3.6.2	Eksperimen metode Taguchi	46
3.6.2.1	Desain eksperimen	46
3.6.2.2	Pemilihan Matriks <i>Orthogonal</i>	56
3.6.2.3	Fase pelaksanaan eksperimen	58
3.6.2.4	Analisis data eksperimen	63
3.7	Prosedur Penelitian	71

BAB IV	HASIL PENELITIAN	73
4.1	Metode <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	73
4.1.1	Data keinginan konsumen	73
4.1.2	Penentuan jumlah sampel untuk data kepentingan relatif konsumen	78
4.1.3	Data kepentingan relatif konsumen	78
4.1.4	Menerjemahkan suara keinginan konsumen ke dalam persyaratan teknis	80
4.1.5	Arah pengembangan persyaratan teknis	80
4.1.6	Hubungan antara keinginan konsumen dengan persyaratan teknis	81
4.1.7	Penentuan target	81
4.1.8	Penentuan nilai kepentingan teknis	82
4.1.9	Penentuan prioritas atau ranking persyaratan teknis	84
4.1.10	Pembuatan <i>House of Quality</i>	84
4.2	Pelaksanaan dan Hasil Eksperimen	86
4.2.1	Pemilihan faktor kendali dan tak terkendali	86
4.2.2	Pemilihan matriks orthogonal	87
4.2.3	Perancangan eksperimen	87
4.2.4	Pengolahan data hasil eksperimen	88
4.2.5	Uji normalitas data	90
4.2.5.1	Uji normalitas data eksperimen daya tarik visual	90
4.2.5.2	Uji normalitas data eksperimen hirarki informasi	91
4.2.6	Uji homogenitas	92
4.2.6.1	Uji homogenitas data eksperimen daya tarik visual	92
4.2.6.2	Uji homogenitas data eksperimen hirarki informasi	93
4.2.7	Analisis Variansi (ANOVA)	95
4.2.7.1	Hasil perhitungan Anova untuk SNR respon daya tarik visual	95
4.2.7.2	Hasil perhitungan Anova untuk SNR respon hirarki informasi	96

4.2.8	Perhitungan <i>Signal-to-Noise Ratio</i> (SNR)	98
4.2.9	Perhitungan efek tiap faktor	99
4.2.10	Uji prediksi	101
4.2.10.1	Uji prediksi daya tarik visual	104
4.2.10.2	Uji prediksi hirarki informasi	106
4.2.11	Uji beda hasil prediksi dan hasil konfirmasi	108
4.2.11.1	Uji beda daya tarik visual	108
4.2.11.2	Uji beda hirarki informasi	109
4.2.12	Uji beda desain label kemasan awal dan prediksi	111
4.2.12.1	Uji beda daya tarik visual	111
4.2.12.2	Uji beda hirarki informasi	112
BAB V	PEMBAHASAN	114
5.1	Analisis <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	114
5.2	Analisis Hasil Eksperimen	115
5.2.1	Analisis pengaruh faktor terhadap analisis variansi	115
5.2.1.1	Analisis variansi respon daya tarik visual	115
5.2.1.2	Analisis variansi respon hirarki informasi	116
5.2.2	Pemilihan level faktor	118
5.2.2.1	Variabel daya tarik visual	118
5.2.2.2	Variabel hirarki informasi	120
5.2.3	Perbandingan antara desain label kemasan awal dan prediksi.....	122
BAB VI	SIMPULAN DAN SARAN	123
6.1	Simpulan	123
6.2	Saran	124
	DAFTAR PUSTAKA	125