

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN
DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT* (QFD)**

(Studi Kasus Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam)

SKRIPSI

Oleh:

**MALIKAL ARDHI
168150058**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/23

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN
DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT* (QFD)**

(Studi Kasus Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Teknik
Universitas Medan Area

Oleh:

MALIKAL ARDHI
NPM. 168150058

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/12/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/12/23

LEMBAR PENG ESAHAN

Judul Skripsi Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus Rumah Makaa Atjeh Awak Away Kota Subulussalaro)

Nama MALIKAL ARDH!

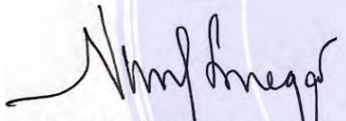
NPM 1 681 50058

Fakllitas Teknik

Program Studi Teknik Industri

Di setujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I


Ir. Hj. Ninny Siregar, Msi.
NIDN. 0127046201

Pembimbing Ir


Nukhe An i ilviana ST MT.
NIDN. 0124 58602

Mengetalrni :

Dekan Fakultas Teknik


Dr. Eng. Subliatno, ST, MT.
NIDN. 0102027402

Ketua Program Studi


Nukhe Andri Silviana, ST, MT.
NIDN. 0124058602

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai aktivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama	MALIKAL ARDHI
NPM	1 681 5 0058
Prodi	Teknik Industri
Fakultas	Teknik
Jenis Karya	Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hal Bebas Royalty Non Eksklusif** (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Analisis kualitas pelayanan Rumah Makan dengan metode Quality Function Deployment (QFD)". Dengan Hal Bebas *Royalty Non Eksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Ditandatangani di Medan
Pada tanggal 23 Juni 2023

Yan J

(MALIKAL ARDHI)

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama MALIKAL ARDHJ

NPM 168150058

Prodi Teknik Industri

Judul Skripsi Analisis kualitas pelayanan Rurnah Makan dengan rnetode
Quality Function Deployment (QFD)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Benar skripsi ini adalah karya sendiri, bukan dikerjakan atau dibuat oleh orang lain.
2. Saya tidak melakukan plagiat dalam penulisan skripsi saya.
3. Semua kutipan dan rujukan yang ada dalam skripsi saya merupakan kutipan dan rujukan resmi dari sumbernya.

Jika dikemudian bari diketahui bahwa saya telah melakukan plagiarisrne dalam penulisan skripsi ini maka saya bersedia dikenakan sanksi yang berlaku berupa pelepasan gelar dan tidak diakui sebagai alumni dari Universitas Medan Area.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa ada paksaan dari pibak manapun.

Medan, 23 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

MfJ

KX767027606

MALIKAL ARDHI

168150058

ABSTRAK

Malikal Ardhi (168150058). Analisis kualitas pelayanan Rumah Makan dengan metode Quality Function Deployment (QFD). Dibimbing oleh Ir. Hj. Ninny Siregar,M.Si., dan Nukhe Andri Silviana, ST, MT.

Pihak pengelola rumah makan dalam pencapaian suatu kualitas harus melakukan berbagai pengembangan dalam melakukan peningkatan pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mendapatkan kesenjangan kualitas antara persepsi dan harapan konsumen; dan (2) Untuk mendapatkan perbaikan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Metode yang digunakan untuk kualitas pelayanan Rumah Makan dengan metode Quality Function Deployment (QFD). Hasil penelitian menunjukkan kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yaitu keberadaan jumlah toilet telah memadai, ketersediaan tempat ibadah (mushollah) dan terdapat fasilitas pendukung yang lengkap, keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan (saat ramai), ketersediaan area yang luas untuk merokok, ketersediaan fasilitas *delivery order* (pemesanan via aplikasi), dan kecepatan pelayanan oleh kasir terutama jika pelanggan terlalu banyak. Pada penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD), terdapat respon teknis terhadap 6 atribut untuk dilakukan perbaikan. Perbaikan meliputi penambahan dua buah toilet, pengadaan peralatan sholat yang lengkap, penambahan satu buah mesin hitung kasir, perekrutan pegawai baru dengan posisi kasir, menambah bangku dan meja untuk area merokok, mengurangi minimal transaksi pada fasilitas *delivery order*, dan mengadakan evaluasi secara berkala.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan dan Quality Function Deployment*

ABSTRACT

Malikal Ardhi (168150058). Analysis of restaurant service quality using the Quality Function Deployment (QFD) method. Supervised by Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si., and Nukhe Andri Silviana, ST, MT.

The restaurant manager in achieving a quality must carry out various developments in improving service. This study aims to (1) To get the quality gap between consumer perceptions and expectations; and (2) To obtain quality improvements according to consumer needs. The method used for restaurant service quality is the Quality Function Deployment (QFD) method. The results of the study show a gap between perceptions and customer expectations of the Atjeh Awak Away Restaurant in Subulussalam City, namely the existence of an adequate number of toilets, the availability of places of worship (mushollah) and complete supporting facilities, the presence of a number of cashiers serving can be sufficient for the number of customers (when busy), the availability of a large area for smoking, the availability of delivery order facilities (ordering via application), and the speed of service by the cashier, especially if there are too many customers. In using the Quality Function Deployment (QFD) method, there is a technical response to 6 attributes for improvement. Improvements include the addition of two toilets, procurement of complete prayer equipment, addition of a cashier counting machine, recruitment of new employees with cashier positions, adding benches and tables for smoking areas, reducing the minimum transaction at delivery order facilities, and conducting periodic evaluations.

Keywords: *Service Quality and Quality Function Deployment.*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan Pada Tanggal 23 Maret 1998 dari ayah Anwar Jalil dan ibu Hafizah. Penulis merupakan putra ketiga dari tiga bersaudara. Penulis menyelesaikan pendidikan pertama di SDN 03 Kota Subulussalam Tahun 2010, kemudian dilanjutkan ke tingkat menengah dan lulus di sekolah SMP Muhammadiyah Kota Subulussalam pada Tahun 2013.

Kemudian Penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat atas dan lulus di sekolah SMA Swasta As-Syafi'iyah Medan pada tahun 2016. Setelah lulus penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan dan masuk kuliah pada tahun 2016 dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area hingga pada saat ini.

Atas izin Allah, do'a, restu, dan semangat dari kedua orang tua, usaha dan perjuangan penulis mampu menjalankan aktivitas akademik di Universitas Medan Area, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul "**Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Dengan Metode *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam)**"

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberi saya kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam)”. Tanpa pertolongan-Nya tentu saya tidak akan sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya di akhir nanti.

Penulisan ini adalah syarat untuk mahasiswa dalam menyelesaikan studinya di Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area. Pada saat penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, MSc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Rahmad Syah, S.Kom, M.Kom, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Ibu Nukhe Andri Silviana, ST, MT., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area sekaligus dosen Pembimbing II.
4. Ibu Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si., selaku Pembimbing I.
5. Seluruh dosen Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
6. Seluruh Staff pada bagian Tata Usaha Fakultas Teknik Universitas Medan

Area.

7. Bapak Anwar Jalil, selaku Owner pada Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.
8. Kepada orang tua tercinta penulis ayahanda bapak tercinta Anwar Jalil dan Ibu tercinta Hafizah, yang telah memberi dukungan baik secara moril maupun materil dan do'a yang tidak henti-henti.
9. Kepada Kakak Pertama tersayang Hanny Chriswardian, beserta Suami dan Keponakan tercinta, yang sudah banyak membantu, memberikan nasehat, semangat dan motivasi untuk penulis.
10. Kepada Kakak kedua tercinta Annisa Wulandari yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi.
11. Terimakasih kepada Nurul Atika Fitri Nasution, S.Ak, Muhammad Andi Wibowo, ST, Riva Suyanto, ST, Riki Ramadhani, ST, Ade Syahputra, ST, dan teman-teman Teknik Industri UMA Stambuk 2016 yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat dan motivasi untuk penulis.
12. Terimakasih juga kepada sahabat ter the best Afdul Sulaiman dan Satriadi Rais yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat dan motivasi untuk penulis.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan sedikit atau banyak andil dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Saya ucapkan banyak terimakasih.

Akhirnya penulis panjatkan doa agar seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT memberi perlindungan,

kesehatan, taufik dan hidayah-Nya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan penulisan di masa mendatang.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Medan, Agustus 2023

(MALIKAL ARDHI)



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
13.1 Latar Belakang Masalah.....	1
13.2 Identifikasi masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pelanggan.....	6
2.1.1 Pengertian Pelanggan.....	6
2.1.2 Jenis-Jenis Pelanggan.....	7
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2 Pelayanan.....	10
2.2.1 Pengertian Pelayanan.....	10
2.2.2 Karakteristik Pelayanan.....	12
2.2.3 Konsep Dasar Pelayanan Prima.....	14
2.3 Kualitas Pelayanan atau <i>Service Quality</i> (<i>Servqual</i>).....	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.3.2 Model dan Dimensi Kualitas Pelayanan (<i>Servqual</i>).....	17
2.4 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	20

2.4.1	Pengertian QFD.....	20
2.4.2	Manfaat QFD.....	23
2.4.3	Matrik <i>House of Quality</i>	24
2.4.4	Tahapan-tahapan Implementasi <i>Quality Function Deployment</i>	30
2.5	Penelitian yang Relevan.....	34
2.6	Kerangka Pemikiran Operasional.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.2	Sumber Data.....	39
3.3	Kerangka Berpikir.....	39
3.4	Prosedur Penelitian.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.....	57
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.3	Analisi Metode SERVQUAL.....	60
4.4	Analisis Metode QFD.....	68
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Faktor Penyebab terjadinya Gap.....	19
2.2	Simbol Iteraksi Parameter Interaksi.....	29
3.1	Bobot Jawaban Konsumen terhadap Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan.....	45
3.2	Simbol <i>Relationship</i> pada <i>HoQ</i>	52
3.3	Simbol <i>Technical Correlation</i> pada <i>HoQ</i>	52
4.1	Rekap Hasil Analisis.....	61
4.2	Data <i>Voice of Customer</i>	69
4.3	Hasil Perhitungan <i>Importance to Customer</i>	70
4.4	Submatriks Perencanaan <i>House of Quality</i> di Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.....	72
4.5	Data <i>Technical Response</i>	75
4.6	Analisis <i>Relationship WHATs</i> dan <i>HOWs</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Tabel		Halaman
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2	Pengembangan Matriks <i>House of Quality</i>	25
2.3	<i>The House of Quality</i>	26
3.1	Kerangka Berpikir Penelitian.....	41
3.2	<i>Flow Chart</i> Alir Penelitian.....	56
4.1	<i>Pie Diagram</i> Jenis Kelamin Responden.....	58
4.2	<i>Pie Diagram</i> Intensitas Kunjungan Responden.....	58
4.3	<i>Pie Diagram</i> Jenis Pekerjaan Responden.....	59
4.4	Analisis <i>Relationship WHATs</i> dan <i>HOWs</i>	78
4.5	Nilai <i>Correlation</i> Antar Respon Teknis.....	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rumah makan adalah salah satu tempat makanan yang banyak diminati oleh konsumen dari segala umur dan kalangan. Usaha rumah makan saat ini di Indonesia terus berkembang secara terus menerus, bahkan bisnis ini mulai menjamur di kota-kota kecil. Memberikan suatu sarana pelayanan dan kenyamanan yang baik untuk konsumen merupakan tujuan utama agar rumah makan digemari.

Perubahan pola perilaku pelanggan dan bertumbuhnya rumah makan mendorong para pelaku retail melakukan strategi dan meningkatkan pelayanan. Hal ini merupakan tantangan yang besar bagi pengusaha rumah makan untuk bertahan dan berkembang. Persaingan bukan hanya dari harga tetapi pelayanan yang baik terhadap pelanggan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Rumah makan dituntut untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan pelanggannya.

Pihak pengelola rumah makan dalam pencapaian suatu kualitas harus melakukan berbagai pengembangan dalam melakukan peningkatan pelayanan. Proses pencapaian suatu pelayanan yang baik harus dilakukan dengan cara para pelayan dapat berperilaku sopan dan perhatiannya saat penyajian, disiplin waktu dalam memenuhi kebutuhan para pengunjung.

Salah satu usaha yang bergerak di industri rumah makan ini adalah Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam adalah rangkaian rumah makan siap saji yang

menjual nasi, kentang goreng, minuman ringan dll. Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam belum mampu pelayanan yang maksimal untuk memuaskan pelanggannya. Bahkan, dalam setahun terakhir tercatat oleh pihak manajemen Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam telah menerima kritik dan saran, secara tertulis sebanyak 12 kali.

Diharapkan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dapat mengembangkan strategi perbaikan kualitas pelayanan yang berkesinambungan sehingga Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sekaligus memenuhi harapan pelanggan. Pada penelitian ini digunakan metode metode QFD (*Quality Function Deployment*) karena cocok dengan permasalahan yang dialami oleh rumah makan, yang mana dapat mengetahui dengan jelas apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang ada serta cara untuk melakukan peningkatan kualitas dari pelayanan tersebut berupa *tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk meneliti tingkat kepentingan konsumen dan kinerja pelayanan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mendefinisikan secara jelas keinginan konsumen, dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi keinginan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Atribut jasa apa saja yang diinginkan oleh konsumen terhadap layanan rumah makan.
- b. Sejauh mana tingkat kepentingan konsumen pada atribut jasa yang diberikan Rumah makan.
- c. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap atribut jasa yang telah diberikan Rumah makan.
- d. Pengembangan parameter teknik, kebutuhan proses dan prosedur kualitas dari keinginan konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencegah meluasnya permasalahan yang ada dan agar lebih terarah, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan pada pelayanan di Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.
- b. Untuk mendefinisikan keinginan konsumen dalam penelitian ini digunakan data kuesioner yang diisi oleh Pengguna Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.
- c. Dalam menterjemahkan keinginan konsumen kedalam parameter teknik, kebutuhan proses dan prosedur kualitas dilakukan diskusi dengan pihak manajemen yaitu pemilik Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

1.4 Rumusan Masalah

Untuk mencegah meluasnya permasalahan yang ada dan agar lebih terarah, maka dilakukan perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam?
- b. Bagaimana melakukan perbaikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian mengenai kualitas pelayanan ini diharapkan dapat memenuhi tujuan yang diinginkan, yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis perbaikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dalam melakukan pengembangan pelayanan yang diberikan terutama kaitannya dengan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan evaluasi bagi Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.
- c. Sebagai acuan untuk melakukan perbaikan kualitas pelayanan yang sesuai

dengan persepsi apa yang diharapkan pelanggan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam, dari mulai perbaikan pelayanan pegawai hingga kondisi tempat yang perlu perbaikan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas pemahaman terhadap penelitian ini maka akan diuraikan tentang sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang obyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta kerangka pemecahan masalah. Dalam bab ini berisi tentang pengumpulan data dan pengolahan data kuesioner.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis hasil pengolahan data dan pembahasananalisis hasil pengolahan data tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran demi kebaikan rumah makan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pelanggan

2.1.1. Pengertian Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. Secara tradisional pelanggan diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan. Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan pelanggan diartikan nasabah. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi berlangsung adalah dianggap sebagai pemasok. (Yamit, 2017:75)

Kata pelanggan adalah istilah yang sangat akrab dengan dunia bisnis di Indonesia mulai dari pedagang kecil hingga pedagang besar, dari industri rumah tangga hingga Industri bersekala Internasional, dari perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang hingga perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat mengerti apa arti kata pelanggan. Manajemen perusahaan memberikan definisi tentang pelanggan (L.L. Bean, Freeport, Maine dalam Nasution, 2021: 4).

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang

tergantung padanya.

2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada apa keinginannya.
3. Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumentasi dengan pelanggan.
4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

2.1.2. Jenis-Jenis Pelanggan

Pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu (Nasution, 2021: 34).

1. Pelanggan Internal

Adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan kita. Bagian-bagian pembelian, produksi, penjualan, pembayaran gaji, rekrutmen, dan karyawan merupakan contoh dari pelanggan internal. Sebagai contoh, bagian pembayaran gaji harus memandang karyawan yang dibayar gajinya sebagai pelanggan yang harus dipuaskan.

2. Pelanggan Antara

Adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk itu. Distributor yang mendistribusikan produk-produk dan agen perjalanan yang memesan kamar hotel untuk pemakaian akhir merupakan contoh dari pelanggan antara. Sebagai contoh, hotel menerima pesanan tempat dari agen perjalanan, hotel bertindak sebagai pemasok dan agen perjalanan merupakan pelanggan antara, tamu pengguna kamar hotel adalah pelanggan akhir atau pelanggan nyata.

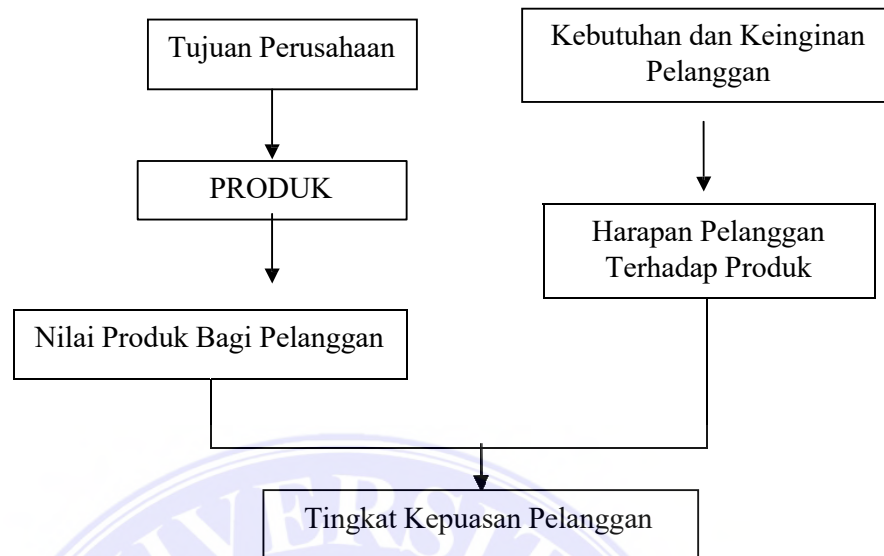
3. Pelanggan Eksternal

Adalah pelanggan pembeli atau pemakai akhir dari suatu produk itu, sering disebut sebagai pelanggan nyata. Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan itu. Pelanggan dibedakan antara mereka yang membayar dan yang memakai. Sebagai contoh, pasar swalayan (supermarket) yang menerima pembayaran dengan kartu kredit, pembayaran tunai akan dilakukan oleh bank yang mengeluarkan kartu kredit, sedangkan pemakai produk adalah sipemegang kartu.

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaannya produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2017: 78). Dari definisi kepuasan pelanggan tersebut, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan dapat didefinisikan secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan (*gap*) persepsi antara perusahaan dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Tjiptono, 2021: 25). Konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

2.1.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan antara lain (Yamit, 2017: 80):

1. Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Sebab saran dan keluhan pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dalam bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

2. Survey pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, misalnya melalui surat pos, telepon atau wawancara secara langsung.

3. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk atau jasa

dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang dirasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 2015:646) menyatakan pelayanan ialah "usaha melayani kebutuhan orang lain". Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pengertian lebih luas disampaikan Davidow dan Uttal (Sutopo dan Suryanto, 2018:9) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Pelayanan merupakan istilah umum yang didalamnya terdapat elemen-elemen berupa pengadaan produk sampai pelayanan purna jual. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan

tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2018). Pelayanan pelanggan bila dilakukan secara efektif dapat menimbulkan perubahan secara signifikan dalam menciptakan permintaan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Jasa/pelayanan adalah suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen (J. Supranto, 2017: 227).

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi terhadap kualitas layanan. Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut (Sumartini, 2017):

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
2. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
3. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan

partnership marketing sesuai dengan situasi pemasaran.

2.2.2 Karakteristik Pelayanan

Pelayanan atau Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu (Kotler, 2015:277) :

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, tidak dapat diraba, dirasa, didengar atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Seorang konsumen akan percaya kepada penyedia jasa apabila penyedia jasa mampu mengarahkan atau meyakinkan konsumen agar bersedia membeli jasa yang ditawarkan.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. Keanekaragaman

Mutu jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat, dan bagaimana disediakan.

4. Tak tahan lama (Mudah lenyap)

Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian. Mudah lenyapnya jasa tidak menjadi masalah bila permintaan tetap karena mudah untuk lebih dahulu mengatur staf untuk melakukan jasa itu.

Philip Kotler membagi macam-macam jasa sebagai berikut: (J. Supranto, 2017: 228):

1. Barang berwujud murni

Di sini hanya terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi.

Tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut.

2. Barang berwujud yang disertai jasa

Di sini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan. Contohnya: produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja, melainkan juga kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya (reparasi, pelayanan pasca jual).

3. Campuran

Di sini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contohnya: rumah makan yang harus didukung oleh makanan dan pelayanannya.

4. Pelayanan/Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Di sini terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan/atau barang pelengkap. Contohnya: penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu hal berwujud yang memperlihatkan yang memperlihatkan pengeluaran mereka. Namun, perjalanan tersebut meliputi barang-barang berwujud, seperti makanan dan minuman, potongan tiket dan majalah penerbangan. Jasa tersebut membutuhkan barang padat modal (pesawat udara) agar terealisasi, tapi komponen utamanya adalah jasa.

5. Pelayanan/Jasa murni

Di sini hanya terdiri dari jasa. Contohnya adalah: jasa menjaga bayi, psikoterapi.

2.2.3. Konsep Dasar Pelayanan Prima

Ada tiga konsep dasar (A3) yang harus diperhatikan dalam mewujudkan pelayanan prima, yakni:

a. Konsep sikap (*attitude*)

Keberhasilan bisnis industri jasa pelayanan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat di dalamnya. Sikap pelayanan yang diharapkan tertanampada diri para karyawan adalah sikap yang baik, ramah, penuh simpatik, dan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan.

b. Konsep perhatian (*attention*)

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan. Apabila pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli suatu barang/ jasa yang kita tawarkan, segera saja layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan, sehingga pelanggan merasa puas dan terpenuhi keinginannya.

c. Konsep tindakan (*action*)

Pada konsep perhatian, pelanggan “menunjukkan minat” untuk membeli produk yang kita tawarkan. Pada konsep tindakan pelanggan sudah ”menjatuhkan pilihan” untuk membeli produk yang diinginkannya. Terciptanya proses komunikasi pada konsep tindakan ini merupakan tanggapan terhadap pelanggan yang telah menjatuhkan pilihannya, sehingga terjadilah transaksi jual- beli.

Proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan

kemudian diberikan kepada pelanggan. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok (Gonroos dalam Sutopo dan Suryanto, 20018:13):

a) *Core service*

Core service adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sebagai produk utamanya. Misalnya untuk hotel berupa penyediaan kamar. Perusahaan dapat memiliki beberapa *core service*, misalnya perusahaan penerbangan menawarkan penerbangan dalam negeri dan luar negeri.

b) *Facilitating service*

Facilitating service adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Misalnya pelayanan “check in” dalam penerbangan. *Facilitating service* merupakan pelayanan tambahan yang wajib.

c) *Supporting service*

Supporting service adalah pelayanan tambahan untuk meningkatkan nilai pelayanan atau membedakan dengan pelayanan pesaing. Misalnya rumah makan.

2.3. Kualitas Pelayanan atau *Service Quality (Servqual)*

2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta

kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan/pengguna jasa. (J. Supranto, 2017: 228).

Ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur. Dimensi tersebut adalah:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standart-standart yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Bila dimensi-dimensi di atas lebih banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur, maka berdasarkan berbagai penelitian terhadap jenis jasa, Zeithaml, Berry dan Parasuraman berhasil mengidentifikasi lima karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam

mengevaluasi kualitas jasa yaitu: (Tjiptono dan Diana, 2015: 27).

1. Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*) mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari resiko, bahaya dan keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3.2. Model dan Dimensi Kualitas Pelayanan (*Servqual*)

Pada bentuk awalnya, kualitas pelayanan terdiri atas sepuluh komponen kualitas pelayanan (Buttle, 2016). Dalam perkembangannya kemudian, kesepuluh komponen tersebut dimampatkan menjadi lima komponen, sebagai berikut (Juwaheer, 2019):

- a. *Reliability*, merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
- b. *Assurance*, merupakan tenaga kerja yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
- c. *Tangibles*, menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan

daripersonalia serta kehadiran para pengguna.

- d. *Empathy*, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
- e. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat.

Secara lengkap, kualitas pelayanan mengukur lima *gap* (kesenjangan), yaitu (Curry dan Sinclair, 2017; Antony *et al.*, 2019):

- a. *Gap 1*, antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen tentang harapan tersebut. *Gap* antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan pelanggan. Misalnya sebuah bank memberikan layanan dengan tempat yang nyaman dan peralatan yang canggih, namun ternyata nasabah berharap mendapat layanan dengan persyaratan mudah dan cepat.
- b. *Gap 2*, antara persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dan spesifikasi dari kualitas pelayanan. *Gap* antara persepsi manajemen atas harapanpelanggan dengan spesifikasi kualitas layanan, yang disebabkan oleh kesalahanmanajemen dalam menterjemahkan harapan pelanggan ke dalam tolok ukur atau standar kualitas layanan. Misalnya petugas teller bank diinstruksikan melayani nasabah dengan cepat, namun tidak ada standar waktu pemberian layanan.
- c. *Gap 3*, antara spesifikasi kualitas pelayanan dan pemberian pelayanan. *Gap* antara spesifikasi kualitas layanan dengan layanan yang diberikan, yang disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia (SDM)

perusahaan dalam memenuhi standar kualitas layanan yang telah ditetapkan. Misalnya petugas teller bank diinstruksikan untuk melayani nasabah dengan cepat, namun disisi lain juga harus mendengarkan keluhan nasabah, sehingga standar waktu layanan yang telah ditetapkan seringkali harus dilanggar.

- d. *Gap 4*, antara pemberian pelayanan dan komunikasi eksternal. *Gap* antara layanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal yang disebabkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi janji yang telah dikomunikasikan secara eksternal, Cenderung memberikan janji yang berlebihan. Misalnya sebuah bank dalam promosinya menjanjikan layanan kredit yang cepat dengan persyaratan yang mudah, namun dalam kenyataannya para nasabah harus melengkapi beberapa persyaratan yang rumit.
- e. *Gap 5*, antara persepsi dan harapan pelanggan. *Gap* antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima pelanggan yang disebabkan tidak terpenuhinya harapan pelanggan.

Gap 5 merupakan *gap* yang disebabkan oleh *gap 1, 2, 3, dan 4*.

Terdapat beberapa penyebab terjadinya *gap* seperti terlihat dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 Faktor Penyebab terjadinya *Gap*

Gap	Faktor Penyebab
<i>Gap 1</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi riset pemasaran tidak seimbang • Kurang komunikasi ke atas • Fokus yang kurang mencukupi

<i>Gap 2</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada standar yang berorientasi kepada pelanggan • Kepemimpinan yang tidak memadai • Desain layanan yang tidak baik
<i>Gap 3</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penyimpanan kebijakan sumber daya manusia • Kegagalan menyesuaikan permintaan dan penawaran • Pelanggan tidak memainkan peran
<i>Gap 4</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen harapan pelanggan yang tidak akurat • Janji yang berlebihan • Komunikasi horizontal (perusahaan-pelanggan) tidak memadai

Sumber: Zeithaml dan Bitner (dalam Nursya¹ Purnama, 2016:35)

Menurut analisis tersebut, kesenjangan pertama sampai keempat diidentifikasi sebagai cara layanan yang akan diberikan ke pelanggan, yang terjadi di dalam perusahaan (internal), dan berkontribusi dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap penyedia jasa.

Dalam penelitian ini menggunakan Gap 5 sebagai acuan karena gap 5 merupakan gap yang timbul akibat dari terjadinya gap 1,2,3,4, sehingga dengan meneliti dan meminimalkan gap 5 yang terjadi di lapangan, maka juga dapat mengurangi keseluruhan gap yang terjadi. Selain itu yang terjadi di lapangan adalah banyaknya pelanggan merasakan bahwa pelayanan yang mereka harapkan sangat tidak sesuai dengan kenyataan pelayanan yang mereka terima.

2.4 Quality Function Deployment (QFD)

2.4.1. Pengertian QFD

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan

tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. (Wahyu, 2018: 184).

Quality Function Deployment adalah suatu proses atau mekanisme terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Nasution, 2021:52). Metode ini digunakan untuk mendefinisikan apa yang menjadi kebutuhan-kebutuhan, keinginan, ekspektasi konsumen. Proses pemahaman dari apa yang menjadi keinginan dan ekspektasi konsumen dirangkum ke dalam matriks "*House of Quality*" (Hidayat, 2017). Prinsip QFD ialah memastikan bahwa perbaikan atau pengembangan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi dalam proses penguraian suatu produk atau jasa dan menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan guna memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum (Ginting, 2021).

Metode QFD merupakan metode yang terstruktur dimana persyaratan pelanggan diwujudkan jadi persyaratan teknis yang sesuai untuk setiap tahap pengembangan produk dan produksi. Tahapan QFD diantaranya adalah mengidentifikasi kemauan pelanggan, mempelajari ketentuan teknis dalam menghasilkan barang atau jasa, hubungan antara keinginan pelanggan dengan ketentuan teknis, perbandingan kinerja pelayanan, evaluasi pelanggan, dan *trade off* (Marimin,2004). QFD dirancang untuk membantu perencanaan fokus pada karakteristik atau produk baru atau jasa dari sudut pandang dari segmen pasar, perusahaan

atau kebutuhan pengembangan teknologi (Santoso, 2017).

Konsep QFD merupakan alat untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Tujuannya adalah menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang memuaskan pelanggan. Salah satu bentuk penilaian kinerja industri adalah penilaian kinerja industri adalah penilaian terhadap QFD. (Sulistiyawati H, Juwari, 2015) mengungkapkan bahwa penelitian menggunakan QFD mampu mengungkap kesenjangan kualitas produk dan layanan dengan fakta yang diterima pelanggan sehingga perlu dilakukan tindakan teknis peningkatan sumber daya manusia dan manajemen.

Konsep QFD juga menggunakan bagan yang terperinci untuk menterjemahkan deskripsi kualitas kedalam karakteristik produk, yang kemudian dijadikan input kedalam pada tahap perancangan dan produksi. Alat rancangan dasar berupa dasar berupa suatu bagan yang disebut *House of Quality*. Perancangan tersebut diawali dengan melakukan riset pemasaran untuk menentukan atribut produk spesifik yang diinginkan pelanggan dari segmen pasar yang telah ditetapkan. Derajat kepentingan relatif masing-masing atribut dan menentukan persepsi pelanggan terhadap produk-produk pesaing dan produk perusahaan pada masing-masing atribut yang ada.

Alat utama dari QFD adalah matrik, dimana hasil-hasilnya dicapai melalui penggunaan tim antar departemen atau fungsional dengan mengumpulkan, menginterpretasikan, mendokumentasikan dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan.

Titik awal (*starting point*) QFD adalah pelanggan serta keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Dalam QFD hal ini disebut “suara dari pelanggan” (*voice of the customer*). Pekerjaan dari tim QFD adalah mendengar suara dari pelanggan. Proses QFD dimulai dengan suara pelanggan dan kemudian berlanjut melalui 4 aktivitas utama yaitu (Gaspersz, 2021:42).

1. Perencanaan Produk (*Product Planning*)

Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan pelanggan kedalam kebutuhan-kebutuhan teknik (*technical requirements*).

2. Desain Produk (*Product Design*)

Menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknik kedalam karakteristik komponen.

3. Perencanaan Proses (*Process Planning*)

Mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menerjemahkan kedalam karakteristik proses.

4. Perencanaan Pengendalian Proses (*Process Planning Control*)

Menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

2.4.2. Manfaat QFD

Ada tiga manfaat utama yang diperoleh perusahaan bila menggunakan metode QFD yaitu:

- a. Mengurangi biaya

Hal ini dapat terjadi karena perbaikan yang dilakukan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga tidak ada

pengulangan pekerjaan yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan pelanggan.

b. Meningkatkan pendapatan

Dengan pengurangan biaya, untuk hasil yang kita terima akan lebih meningkat. Dengan *QFD* produk atau jasa yang dihasilkan akan lebih dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

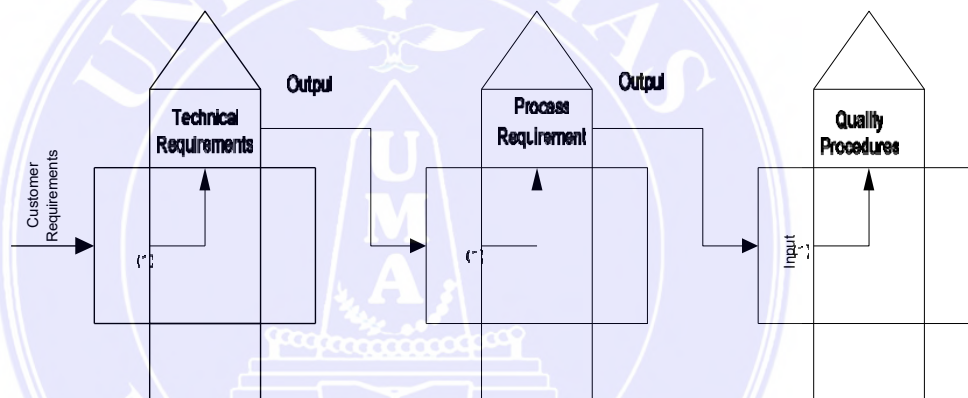
c. Pengurangan waktu produksi

QFD adalah kunci penting dalam pengurangan biaya produksi. *QFD* akan membuat tim pengembangan produk atau jasa untuk membuat keputusan awal dalam proses pengembangan (Wahyu, 2019 : 89).

2.4.3. Matrik *House of Quality*

Metode *QFD* adalah prosedur yang sistematis untuk melukiskan keinginan pelanggan dan menginterpretasikannya dalam hal kekhususan produk dan karakteristik proses. Dalam *QFD*, suatu matriks yang saling berhubungan dikembangkan untuk menetapkan hubungan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk. Rosnani (2016) menyatakan bahwa rumah kualitas atau biasa disebut juga *House of Quality* (*HoQ*) merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi *QFD*. Secara garis besar matriks ini adalah upaya untuk mengkonversi *Voice of Customer* secara langsung terhadap persyaratan teknis atau spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan. Dalam *QFD*, dikembangkan suatu matriks yang saling berhubungan untuk menetapkan kaitan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk atau jasa.

Harus dicatat bahwa QFD dapat diterapkan untuk menganalisis pelayanan jasa seperti halnya perencanaan dan pabrikasi suatu produk. Dan banyaknya matriks digunakan untuk menganalisa bisa sedikit (1) atau banyak tergantung kebutuhan. Pada sisi tangan kiri (bagian 1), terdiri dari daftar input yang berisi keinginan dari konsumen. Masukan diterjemahkan ke dalam output yang teknis, yang dimasukkan di bagian 2 dari matriks itu. Output dari matriks 2 menjadi input untuk matriks bagian 3, seperti terlihat pada gambar 2.2.



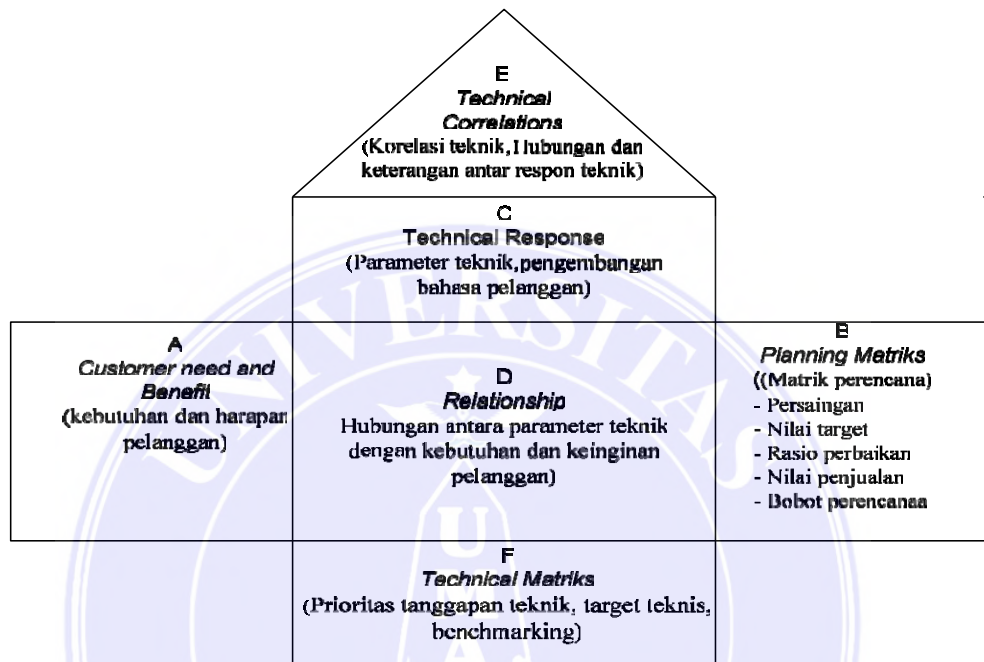
Gambar 2.2 Pengembangan Matriks *House of Quality*

(Sumber: Groover, 2015: 769)

QFD yang ditunjukkan disini sebagai sebuah seri matriks yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen terhadap kebutuhan yang terus-menerus yang ditunjukkan disini adalah tipe-tipe perkembangan (1) keinginan konsumen menuju ke kebutuhan teknik dari suatu jasa (2) kebutuhan teknik dari suatu jasa menuju ke kebutuhan proses dan (3) kebutuhan proses menuju ke prosedur kualitas.

Proses dalam QFD dilaksanakan dengan menyusun satu atau lebih matriks yang disebut *The House Of Quality*. Matriks ini menjelaskan apa

saja yang menjadi kebutuhan dan harapan pelanggan dan bagaimana memenuhinya. Matrik yang disebut *House Of Quality* secara umum dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 *The House of Quality* (Sumber: Cohen, 2015: 187)

Keterangan dari tiap bagian adalah sebagai berikut:

Bagian A

Berisi daftar semua kebutuhan dan harapan pelanggan yang biasanya ditentukan dengan riset pasar secara kualitatif. Cara untuk mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan antara lain:

- Mengadakan wawancara secara langsung dengan pelanggan untuk mengetahui keinginan mereka.
- Menyebarkan angket atau kuesioner kepada pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan terhadap produk/jasa yang diberikan organisasi atau perusahaan kepada pelanggan.

- c. Menerima keluhan dan saran dari pelanggan.
- d. Mengadakan pengujian terhadap pelanggan potensial, yaitu dengan memberikan produk/jasa kepada mereka, kemudian meminta tanggapan terhadap produk/jasa tersebut.

Bagian B

Berisi berbagai macam informasi. Pertama, data pasar dari atribut pada bagian A yang bersifat kualitatif perlu diketahui derajat kepentingannya bagi konsumen pada setiap atribut produk/jasa yang signifikan. Riset pasar ini bersifat kuantitatif.

Kedua, perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kinerja produk/jasa yang dihasilkan perusahaan dengan kinerja produk/jasa yang dihasilkan perusahaan pesaingnya. Dari hal ini, maka perusahaan dapat mengetahui gap antara atribut-atribut produk/jasa yang dihasilkan perusahaan dengan yang dihasilkan oleh perusahaan pesaingnya.

Ketiga, perusahaan perlu menetapkan tujuan strategis untuk produk atau jasa baru. Setiap atribut produk/jasa perlu ditetapkan nilai target sesuai dengan kemampuan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi nilai target, maka akan semakin besar gap antara atribut produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dengan nilai target, sehingga untuk mencapai nilai target yang telah ditetapkan dibutuhkan usaha yang besar.

Keempat, dengan mengetahui besarnya nilai target dan kinerja dari atribut produk/jasa perusahaan, maka dapat diukur besarnya rasio perbaikan (*improvement*). Rasio perbaikan ini diukur dengan rumus:

$$\frac{\begin{matrix} \blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge \\ \blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge \end{matrix}}{\begin{matrix} \blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge & \blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge \end{matrix}} \dots \dots \dots (2.1)$$

$$P_{e\blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge} = \blacklozenge\blacklozenge\blacklozenge$$

UNIVERSITAS MEDAN AREA Sebelum menghitung bobot dari setiap atribut, perlu dipahami terlebih

dahulu apa yang disebut *sales point*. *Sales point* adalah persepsi atau pendapat

tentang suatu produk/jasa dari pihak manajemen.

Kelima, perusahaan perlu menetapkan bobot (*weight*) dari setiap atribut jasa. Bobot ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Bobot = Derajat Kepentingan \times Rasio Perbaikan \times Sales Point \dots (2.2)$$

Dan yang terakhir adalah dengan melakukan normalisasi terhadap bobot. Normalisasi bobot dapat dihitung dengan rumus:

$$\frac{\begin{matrix} \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \\ \hline \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \\ \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \end{matrix}}{\begin{matrix} \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \\ \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \\ \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge & \blacklozenge \end{matrix}} = \dots \dots \dots (2.3)$$

Bagian C

Merupakan parameter teknik yang memberikan gambaran bagaimana cara tim pengembangan produk/jasa dalam merespon keinginan konsumen. Suara konsumen baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif harus diterjemahkan ke dalam suara pengembang. Penerjemahan ini biasanya kita sebut sebagai *Substitute Quality Characteristics* (SQC). Di sini akan diterjemahkan bahasa konsumen ke dalam bahasa organisasi teknik (*Organization's Technical Language*).

Bagian D

Bagian ini menunjukkan hubungan antara parameter teknik dengan keinginan konsumen yang telah dimodelkan dalam QFD. Di sini akan digunakan matrik dalam mempelajari hubungan tersebut yang dapat bersifat kuat, moderat, lemah dan tidak ada hubungan.

Untuk memperoleh informasi yang bersifat kuantitatif, maka nilai yang merupakan representasi hubungan di atas perlu dikalikan dengan normalisasi

Bagian E

QFD merupakan kunci untuk menuju *concuren engineering*, karena di sini ada fasilitas untuk mengkomunikasikan satu sama lain dari bagian parameter teknik. Bagian ini disebut sebagai *technical correlations* atau atap dari *House Of Quality*. Bagian ini akan memetakan hubungan dan saling ketergantungan diantara parameter teknik. Interaksi antara parameter teknik dapat dilihat pada tabel 2.2.:

Tabel 2.2 Simbol Iteraksi Parameter Interaksi

SIMBOL	PENGARUH HUBUNGAN
□□	Positif kuat
□	Positif moderat
∅	Tidak ada hubungan

Bagian F

Bagian ini berisi berbagai macam informasi. Pertama, menghitung besarnya pengaruh dari *technical response* serta keinginan konsumen. Dari perhitungan ini, dapat dilakukan perbandingan terhadap jenis parameter teknik, sehingga dapat diketahui prioritas pengembangan produk/jasa.

Kedua, perbandingan antara produk/jasa yang dihasilkan perusahaan dan produk/jasa yang dihasilkan pesaing. Untuk itu perlu ditetapkan terlebih dahulu satuan ukur dari parameter teknik. Informasi ini dapat digunakan untuk melakukan *benchmarking* dari produk/jasa pesaing.

Ketiga, dari perbandingan di atas maka perusahaan dapat menetapkan sasaran kinerja (nilai target) secara teknis yang akan dicapai perusahaan. Penetapan target ini akan disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki oleh

perusahaan.

2.4.4. Tahapan-tahapan Implementasi *Quality Function Deployment*

Salah satu metode untuk meningkatkan *Service Quality* adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Untuk mendengarkan keinginan/suara konsumen (*Voice of costumers*) ini pihak hotel sering memakai metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu metodologi untuk menangkap dan menerjemahkan suara pelanggan menjadi karakteristik rekayasa produk atau jasa.

Ada empat tahap ini menerjemahkan keinginan konsumen menuju proses perancangan produk. Tahapan tersebut adalah:

1. Tahap perencanaan produk (*product design*), yaitu menterjemahkan kebutuhankebutuhan pelanggan kedalam kebutuhan-kebutuhan teknis.
2. Tahap perencanaan komponen (*part deployment*), yaitu menterjemahkan kebutuhankebutuhan teknis kedalam karakteristik komponen.
3. Tahap perencanaan (*process planning*), yaitu mengidentifikasi langkah- langkah proses dan parameter-parameter serta menterjemahkannya kedalam karakteristik proses.
4. Tahap perencanaan dan pengendalian produksi (*production planning control*), yaitu menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

Selanjutnya tahapan-tahapan pengimplementasian *Quality Function Deployment* (QFD) secara umum ada tiga fase:

1. Fase pengumpulan suara konsumen (*Voice of Customer*)
2. Fase penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*)
3. Fase Analisa dan Interpretasi

Penjelasan dari ketiga fase dalam pengimplementasian QFD adalah:

- 1) Fase pertama (Mengumpulkan Suara Konsumen (*Voice of Customer*))

prosedur umum dalam pengumpulan dalam mengumpulkan suara konsumen adalah:

- a. Menentukan atribut-atribut yang dipentingkan konsumen (berupa data kualitatif) dan data ini biasanya diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap konsumen.
- b. Mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut.

- 2) Fase Kedua (Menyusun Rumah Kualitas/ *House of Quality*)

Langkah-langkah dalam pembuatan rumah kualitas meliputi:

- a) Pembuatan Matrik Keinginan Konsumen Tahapan ini meliputi
 1. Menentukan konsumen
 2. Mengumpulkan data keinginan konsumen
 3. Pembuatan Matrik Perencanaan Tahapan ini meliputi:
 - a. Mengukur keinginan konsumen.
 - b. Menetapkan performansi konsumen.

Beberapa kolom dalam matrik perencanaan:

- a. *Importance to customer*

Tempat untuk menyatakan seberapa penting tiap keinginan bagi konsumen

- b. *Relative Importance*

Merefleksi suatu keinginan beberapa kali lebih penting

dibandingkan dengan keinginan lainya bagi konsumen.

c. *Ordinal Importance*

Tingkat kepercayaan ini meminta responden untuk mengurutkan data, sehingga kepuasan akan lebih konsisten

d. *Customer Satisfaction Performance*

Merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa baik produk atau jasa yang ada saat ini dalam memuaskan konsumen.

e. *Competitive Satisfaction Performance*

Merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa baik produk atau jasa pesaing dapat memuaskan konsumen

f. *Goal and Improvement Ratio*

Dibuat untuk memutuskan level dari *customer performance* yang ingin dicapai dalam memenuhi keinginan konsumen

g. *Sales Point*

Berisikan informasi tentang kemampuan dalam menjual produk atau jasa, didasarkan pada seberapa baik tiap keinginan konsumen dapat dipenuhi.

h. *Raw Weight*

Memodelkan kepentingan keseluruhan bagi tim dari tiap kepentingan konsumen, rasio perbaikan, dan *sales point*

b) Pembuatan Parameter Teknik

Tahapan ini merupakan tahapan pemunculan karakteristik kualitas pengganti. Pada tahapan ini dilakukan transformasi dari keinginan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi keinginan konsumen.

- c) Menentukan Hubungan Parameter Teknik dengan Keinginan Konsumen

Tahapan ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan keinginan konsumen. Hubungan antara keduanya bisa berupa hubungan yang sangat kuat, sedang, dan lemah.

- d) Korelasi Teknis

Tahapan ini menggambarkan hubungan dan ketergantungan antar respon teknis. Sehingga bisa dilihat apakah suatu respon teknis yang satu mempengaruhi respon teknis yang lain.

- e) *Benchmarking* dan Penetapan Target

Tahapan ini dilakukan analisa perbandingan antara performansi dari pesaing dengan perusahaan. Sehingga dapat diketahui tingkat pesaing yang terjadi.

- 3) Fase Ketiga (Analisa dan Intepretasi) Merupakan analisa dari tahapan-tahapan diatas.

Selain ketiga tahapan diatas, ada tahapan yang pertama kali dilakukan yaitu tahapan perencanaan dan persiapan (fase 0/ prafase). Adapun tahapan ini antara lain:

- a. Menyiapkan dukungan organisasional, meliputi dukungan dari pihak manajemen, dukungan fungsional dan dukungan teknis QFD.
- b. Menentukan tujuan ataupun keuntungan yang diharapkan dari kegiatan QFD.
- c. Menentukan siapa pelanggan. Karena dalam proses QFD penilaian banyak dilakukan oleh pelanggan.

- d. Menentukan cukupan produk. Dalam hal ini harus ditentukan dahulu bagian mana dari produk atau jasa yang termasuk dan tidak termasuk dalam aktivitas QFD.
- e. Melengkapi fasilitas dan material yang mendukung bagi pelaksanaan QFD.

Rosnani G, (2016) menjelaskan perhitungan dalam *Quality Function Deployment* (QFD) ada beberapa macam perhiungan, yaitu:

1. Bobot Absolut

$$\text{Bobot Absolut} = \text{Tingkat Kepentingan} \times \text{Poin Penjualan} \times \text{Faktor Skala Kenaikan Persentase}$$

$$\text{Skala Kenaikan Persentase} = \text{Bobot Absolut} \div \text{Total} \times 100 \%$$

2. Faktor Skala Kenaikan

$$\text{Faktor Skala Kenaikan} = \text{Nilai Sasaran} \times \text{Tingkat Kepuasan}$$

3. Nilai Rasio Perbaikan

$$\text{Nilai Rasio Perbaikan} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Ti} \times \text{Ti}}{\sum_{i=1}^n \text{Ti}}$$

4. Bobot Relatif Kebutuhan

$$\text{Nilai Relatif Kebutuhan} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Ti} \times \text{Ti}}{\sum_{i=1}^n \text{Ti}} \times 100\%$$

2.5 Penelitian Yang Relevan

Berikut ini ada beberapa hasil penelitian yang dianggap paling relevan dengan penelitian yang akan dilakukan seperti yang diuraikan berikut ini:

- 1. Penelitian yang dilakukan pada jasa pelayanan perpustakaan sejenis salah

satunya di Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta Accepted 13/12/23

Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul ”



Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Di Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Metode Serqual Gap” . Dari penelitian ini diperoleh hasil: Faktor orientasi riset pasar dan komunikasi hasil ke atas memiliki nilai gap tertinggi penyebab gap 1, penentuan tujuan memiliki nilai gap tertinggi penyebab gap 2, faktor kontrol yang diberikan memiliki nilai gap tertinggi penyebab gap 3, faktor kecenderungan janji berlebihan memiliki nilai gap tertinggi penyebab gap 4, dan penambahan koleksi buku adalah variabel dengan nilai service quality tertinggi, variabel pelayanan jasa pemeriksaan kartu dan peminjaman adalah variabel yang dianggap paling penting, karena memiliki nilai derajat kepentingan tertinggi.

2. Penelitian yang dilakukan Afit Susanto (2021) Mahasiswa Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul” Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Metode QFD (*Quality Function Deployment*) studi kasus SPBU 44.571.01 Pabelan, Surakarta. Dari penelitian ini diperoleh hasil: Atribut pelayanan jasa yang dianggap penting oleh pelanggan SPBU berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan adalah kejujuran operator, tingkat kemurnian BBM, menjual premium, keramahan pelayanan, menjual solar, menjual pelumas, fasilitas mushola yang memadai, menjual pretamax, kualitas mesin pompa dan takaran yang akurat, keamanan dan kenyamanan pelanggan.
3. Penelitian ini dilakukan Budi (2020) di Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah metode yang digunakan yaitu metode QFD (*Quality Function Deployment*) sampai dengan tahap 3 yaitu untuk mencoba

mengetahui atribut jasa yang diinginkan oleh konsumen, tingkat kepentingan, kinerja Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah, parameter teknik, kebutuhan proses dan prosedur kualitas. QFD (*Quality Function Deployment*) diaplikasikan untuk menterjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen kedalam prosedur kualitas yang lebih tinggi terperinci, jelas, dan operasional untuk diterapkan dalam strategi manajemen Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian terhadap kualitas pelayanan ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan dapat lebih memikat, bersahabat, cepatakurat dan sesuai dengan keinginan konsumen.

2.6 Kerangka Pemikiran Operasional

Saat ini perkembangan sektor jasa semakin meningkat, kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi tidak kalah dibandingkan dengan sektor lainnya. Oleh karena itu tingkat kualitas sistem pelayanan industri jasa harus selalu ditingkatkan karena merupakan keunggulan kompetitif. Cara yang dapat ditempuh adalah dengan berusaha untuk mengetahui dan memahami ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap sistem pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, pihak penyedia jasa dapat memperbaiki sistem pelayanannya, dan berdasarkan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, maka dapat dirancang dan dikembangkan sistem pelayanan yang lebih baik. Salah satu industri jasa yang perkembangannya cukup besar adalah industri rumah makan. Rumah makan merupakan salah satu rumah makan yang ada di Kota Subussalam yaitu Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam yang sedang terus memperbaiki manajemen

kualitas pelayanan untuk mempertahankan pelangganya.

Banyaknya alternatif konsumen dalam mengkonsumsi jasa rumah makan dan sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar, menyebabkan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam perlu upaya untuk suara pelanggan atau yang sering disebut *listening to the voice of customer*. Selain itu, keberhasilan suatu produk dan jasa termasuk layanan Rumah Makan tergantung dari bagaimana jasa layanan tersebut memenuhi harapan konsumen. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menghasilkan jasa rumah makan yang dapat memenuhi keinginan konsumen adalah dengan menetapkan *Quality Function Deployment* (QFD). Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam akan semakin kompetitif dengan menyesuaikan spesifikasi layanan dengan harapan konsumen. QFD merupakan alat yang digunakan untuk pelaksanaan *Total Quality Mutu* (TQM) dalam pengembangan produk. Alat ini merupakan alat perencanaan yang digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen. Alat bantu QFD yang digunakan dalam penelitian ini adalah *House Of Quality* (HOQ). Matriks HOQ yang disusun hanyalah matrik perencanaan produk.

Langkah-langkah dalam menerapkan metode QFD untuk meningkatkan mutu layanan di Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam, yaitu : 1 Penentuan produk dan competitor, 2 Identifikasi kepentingan konsumen, 3 Analisis tingkat kepentingan konsumen, 4 analisis tingkat kepuasan jasa dan Kompetitor persayaratan pelanggan, 5 menyusun persyaratan teknik, 6 mengembangkan matrik hubungan antara persyaratan pelanggan dengan persyaratan teknik, 7 mengembangkan

matrik hubungan antar persyaratan teknik, 8 penilaian kompetitif yang terdiri dari penilaian kompetitif pelanggan dengan kompetitif teknik, 9 mengembangkan prioritas persyaratan pelanggan yang terdiri dari kepentingan pelanggan, nilai sasaran, faktor skala kenaikan, poin penjualan dan bobot absolut, dan 10 mengembangkan prioritas persyaratan teknik meliputi derajat kesulitan, nilai sasaran, bobot absolut dan bobot relatif.

Matriks HOQ yang telah disusun ini digunakan untuk merumuskan perencanaan peningkatan kualitas layanan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam dan sebagai bahan masukan bagi pelanggan. Kerangka Pemikiran Operasional Persaingan antar rumah makan di daerah meningkat Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subussalam perlu upaya untuk meningkatkan mutu Mutu Pelayanan *Service Quality*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. Pengambilan data dilakukan di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yang beralamat di Kota Subulussalam dimana penelitian dilakukan selama 1 bulan. Sebagai perbandingan akan dilakukan juga terhadap rumah makan lain yaitu ada satu rumah makan yang berada tidak terlalu jauh dari rumah makan tempat penelitian dilakukan yaitu rumah makan Ajo Minang.

3.2 Sumber Data

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini data yang diambil langsung adalah mengenai tingkat persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang berada di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

3.3 Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir ini, peneliti pada identifikasi awal melakukan proses penentuan ide, bahasan yang akan dikerjakan. Adapun objek yang akan

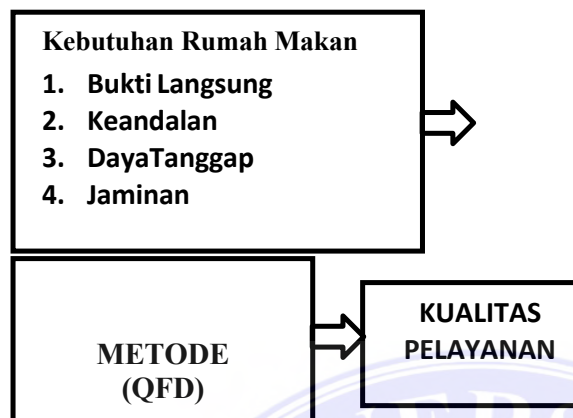
diteliti adalah kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima pelanggan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam, Surabaya, guna meningkatkan mutu pelayanan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

Pada penelitian ini digunakan metode QFD karena cocok dengan permasalahan yang dialami oleh Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam, yang mana dapat mengetahui secara jelas apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang ada, serta cara untuk melakukan peningkatan kualitas dari pelayanan tersebut.

Pada metode QFD dapat melakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja (persepsi) pelayanan untuk tiap dimensi, yang mana metode SERVQUAL dapat melakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja (persepsi) pelayanan untuk tiap dimensi SERVQUAL berupa *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Ginting dan Halim, 2012). Berbagai riset meunjukkan bahwa instrumen QFD valid untuk berbagai konteks layanan (Mustaniroh, dkk., 2010). Metode QFD dapat digunakan mendefinisikan apa yang menjadi kebutuhan-kebutuhan, keinginan, ekspektasi pelanggan dan menerjemahkannya ke dalam perencanaan yang spesifik (Iriani, 2012). Prinsip dari QFD melakukan perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan produk.

Diharapkan dengan penerapan metode QFD ini akan diketahui atribut pelayanan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yang dibutuhkan pelanggan dan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dapat melakukan pengembangan kualitas pelayanan. Untuk lebih jelasnya akan di

perlihatkan dalam kerangka konsep penelitian berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Adapun perbandingan antara harapan dan kenyataan mutu pelayanan, sesuai dengan 5 dimensi / variabel dalam metode *Service Quality* untuk mengetahui *Bukti Langsung (Tangibles)* yang telah disebarkan melalui pernyataan dalam kusioner. Berdasarkan gambar di atas maka dapat dilihat perbandingan antara harapan dan kenyataan dimensi / variabel kehandalan (*Reliability*).

Selanjutnya dilihat perbandingan antara harapan dan kenyataan dimensi/variabel kehandalan (*Reliability*) sebagai berikut: *pertama*, kecepatan pelayan dalam melayani konsumen, *Kedua*, kemampuan pelayan dalam menjawab pertanyaan konsumen secara jelas dan mudah dipahami, *Ketiga*, kejelasan pelayan dalam menyampaikan informasi yang terkait dengan promosi yang dilakukan rumah makan, *Keempat*, ketepatan pelayan dalam mengambil/menyediakan barang yang dimaksud oleh konsumen.

Selanjutnya dapat dilihat perbandingan antara harapan dan kenyataan dimensi / variabel *Daya Tanggap (Responsiveness)* sebagai berikut: *pertama*, kecepatan dalam memberikan solusi yang terbaik bagi keluhan konsumen, *Kedua*,

kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika konsumen terlalu banyak, *Ketiga*,

memberikan penjelasan ekstra tentang segala sesuatu yang dibutuhkan konsumen,

Keempat, kecepatan dan ketepatan pelayan dalam menyediakan produk yang



diinginkan oleh konsumen dalam stok gudang, *Kelima*, kecepatan pelayan dalam memberikan / menyarankan produk pengganti kepada konsumen apabila produk yang diinginkan tidak ada.

Selanjutnya dapat dilihat perbandingan antara harapan dan kenyataan dimensi / variabel Jaminan (*Assurance*) sebagai berikut: *pertama*, pelayan sangat terampil dalam melayani konsumen, *Kedua*, kecepatan pelayan dalam merespon pertanyaan dan keluhan konsumen, *Ketiga*, pengetahuan pelayan dalam menjelaskan produk yang ditanyakan konsumen, *Keempat*, ketersediaan tempat parkir yang aman dan nyaman, *Kelima*, kenyamanan dan keamanan berbelanja yang diberikan, *Keenam*, pemberian jaminan penggantian produk, jika ditemukan produk yang rusak / cacat.

Selanjutnya dapat dilihat perbandingan antara harapan dan kenyataan dimensi/ variabel Empati (*Emphaty*) sebagai berikut: *pertama*, ketersediaan pelayan untuk membantu konsumen tanpa diminta, *Kedua*, keramahan dan kesopanan pelayan dalam memberikan layanan, *Ketiga*, mendampingi konsumen apabila dibutuhkan tanpa diminta, *Keempat*, menyarankan konsumen untuk memilih produk yang tepat bagi kebutuhannya, *Kelima*, memberikan masukan bagi konsumen tentang cara berbelanja hemat dan mudah.

3.4 Prosedur Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan yaitu:

3.4.1 Menentukan perumusan masalah dan tujuan penelitian

Penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan yang ada di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen serta

tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut jasa Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam, selain itu juga untuk mengetahui prioritas prosedur kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Seperti pada matrik pengembangan QFD dengan langkah tahapan (1) keinginan konsumen menuju ke parameter teknik (2) parameter teknik menuju ke kebutuhan proses dan (3) kebutuhan proses menuju ke prosedur kualitas.

3.4.2 Identifikasi Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2001: 115). Identifikasi populasi merupakan langkah awal dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui siapa yang menjadi responden. Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah pelanggan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

3.4.3 Identifikasi sampel penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2001:117). Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampling kuota. *Quota Sampling* yang merupakan jumlah subjek yang akan diteliti ditetapkan lebih dahulu. Jika *quontum* telah ditentukan mulailah penelitian dan tentang siapa yang akan dijadikan responden, terserah kepada pengumpul data.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel tanpa peluang (*Non Probability Sampling*). Ciri-ciri teknik sampel tanpa peluang (*Non Probability Sampling*) setiap anggota populasi tidak mempunyai peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel dan sifatnya subjektif. Cara yang digunakan adalah *Convenience Sampling*

atau cara dipermudah, yaitu dengan cara memilih konsumen yang dirasa paling mudah untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dan atau cara dengan membuat pertanyaan melalui situs *google form*.

Dalam penelitian ini yang merupakan populasi adalah semua orang yang pernah berkunjung atau memesan makanan dari Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. Sementara yang menjadi sampel adalah 60 orang konsumen yang berkunjung ke Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam untuk membeli makan yang dinikmati.

3.4.4 Penyusunan Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa (Sugiarto, 2001: 246). Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam untuk mengetahui atribut-atribut apa yang diinginkan konsumen, sehingga suara konsumen dapat dijadikan data untuk penelitian.

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis lebih lanjut untuk memperoleh hasil yang dijadikan jawaban dari permasalahan penelitian. Metode penelitian yang digunakan ialah metode *Service Quality* dan *Quality Function Deployment* melalui matriks *House of Quality*. Metode ini menganalisis dengan cara mendeskripsikan secara menyeluruh tentang kualitas pelayanan pada restoran cepat saji Burger King.

Pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan menggunakan skala lima peringkat (*Skala Likert*). *Skala Likert* adalah sebuah tipe skala yang

menggunakan angket dan menggunakan skala yang lebih luas dalam penelitian survei. Pilihan berjenjang pada *Skala Likert* dimulai dari intensitas paling rendah sampai paling rendah sampai paling tinggi. Pilihan berjenjang ini menyebabkan setiap jawaban dapat diberi bobot sesuai dengan intensitasnya (Rosnani G, 2016). Skala lima peringkat yang dimaksud dalam penelitian ini beserta bobotnya dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Bobot Jawaban Konsumen terhadap Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan

Bobot	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan
1	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Baik	Tidak Penting
3	Cukup Baik	Cukup Penting
4	Baik	Penting
5	Sangat Baik	Sangat Penting

Dalam penyebaran kuesioner ini ada dua tahap yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pertama penyebaran kuesioner pendahuluan yang merupakan tipe kuesioner terbuka sehingga konsumen ikut diberikan kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan.
- b. Tahap kedua yang merupakan penyebaran kuesioner tertutup.
- c. Kuesioner ini disebarakan kepada 60 responden yang merupakan sampel sesungguhnya dari obyek penelitian. Kuesioner ini disusundengan skala Likert dan yang digunakan adalah 1 sampai 4. Kuesioner ini digunakan untuk mencari derajat kepentingan dan kinerja pelayanan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yang diinginkan oleh konsumen.

3.4.5 Penyebaran Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan yang merupakan variabel keinginan konsumen. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada

pelanggan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. Kuesioner pendahuluan jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 20 responden, yang merupakan tipe kuesioner terbuka sehingga responden ikut diberi kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan. Kuesioner kedua jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 60 responden, Kuesioner ini untuk mencari derajat kepentingan dan kinerja pelayanan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yang diinginkan oleh konsumen.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga metode utama yaitu kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan (Sofian E, 2012).

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan kepada konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam. Kuesioner yang disebarakan kepada konsumen terkait dengan atribut pelayanan Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Asisten Manager Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam untuk memperoleh informasi dan penjelasan mengenai strategi perusahaan dalam kaitannya dengan peningkatan kualitas.

3. Studi Kepustakaan

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh data mengenai gambaran umum perusahaan dalam dokumentasi tercatat. Selain itu, kegiatan ini juga

bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akan diperoleh dari bahan pustaka, hasil penelitian terdahulu, maupun dokumen dari instansi terkait.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Digunakan perangkat lunak *Software SPSS 25 for windows* dalam menguji validitas padapenelitian ini.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan r table, jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, Imam, 2001: 45).

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang diukur. Validitas pada penelitian berbicara mengenai sejauh mana kesesuaian hasil penelitian dengan keadaan yang sebenarnya. Suatu tes atau alat ukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi alat ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Pengujian validitas kuesioner dilakukan dengan mengkaji ulang data identitas responden tentang kualitas pelayanan yang berada di restoran cepat saji tersebut, apa sudah sesuai antara harapan dengan kenyataan di lapangan dan

hasilnya dikaji menggunakan metode QFD.

Hasil penelitian yang valid adalah bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Pengujian validitas hasil kuesioner dilakukan dengan penghitungan nilai koefisien determinasi nilai berganda atau nilai R Pearson. Nilai tersebut akan langsung diperoleh pada penolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan *valid*. Cara yang digunakan adalah dengan analisis sistem, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variabel.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (Ghozali, Imam, 2001:42).

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk mengetahui reliabilitas instrument dalam penelitian ini digunakan analisis statistic dengan menggunakan rumus alpha. Dengan taraf signifikansi 5% maka apabila r hitung $>$ r tabel berarti item tersebut dinyatakan diterima (*reliabel*) sedangkan jika r hitung $<$ r tabel berarti item tersebut dinyatakan tidak diterima (tidak

reliabel). *Software SPSS* menyediakan fasilitas ini dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Pengolahan Data *Quality Function Deployment* (QFD)

Perhitungan QFD yang digunakan adalah analisis QFD berantai, artinya analisis matrik *House Of Quality* (HOQ) menggunakan lebih dari satu matrik HOQ. Analisis QFD membolehkan lebih dari satu matrikHOQ dengan tujuan agar *output* dari QFD lebih teknis dan spesifik. Pada penelitian ini menggunakan tiga matrik HOQ untuk menghasilkan hasil analisis yang optimal.

Variabel yang akan diukur untuk mengetahui kualitas layanan sistem informasi dengan menggunakan metode QFD adalah penentuan dimensi, variabel, dan atribut metode QFD seperti dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang masing-masing terdiri dari beberapavariabel dan atribut. Berikut keterangan dari dimensi QFD :

1. *Tangibles*

Hal-hal yang dilihat pelanggan dalam hal ini pelanggan yang terlibat langsung dengan konsep restoran cepat saji, dengan indikator yang akan dinilai yaitu fasilitas, pegawai, serta perlengkapan peralatan yang digunakan.

2. *Reliability*

Untuk melihat kualitas layanan dengan indikator yang akan dinilai kehandalan pegawai dalam pelaksanaan tugas.

3. *Responsiveness*

Untuk melihat kualitas layanan berdasarkan kesigapan dan kecepatan pegawai dalam pelaksanaan tugas.

4. *Assurance*

Untuk melihat kesopanan dan kredibilitas yang dimiliki pegawai.

5. *Empathy*

Untuk melihat kualitas layanan dengan indikator yang akan dinilai meliputi komunikasi yang baik antara pegawai dengan konsumen, saat menjelaskan pemahaman terkait dengan menu yang berada di restoran cepat saji.

Selanjutnya Pembuatan kuesioner dilakukan dengan mengaju kepada variabel-variabel dan dimensi yang sudah ditentukan. Selanjutnya kuesioner tersebut disebar secara online kepada responden.

Setelah menyebarkan kuesioner dengan 60 responden, kemudian dihitung nilai Gap 5 (persepsi-harapan) berdasarkan dimensi QFD.

Setelah menggunakan analisis Gap 5 dengan menggunakan SERVQUAL, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis QFD. Salah satu hal penting dalam QFD adalah *House of Quality* (HoQ). Tahap-tahap dalam pembuatan HoQ adalah:

1. *Analisis Voice of Customer*

Berdasarkan metode SERVQUAL yang digunakan, hasil yang didapat adalah atribut yang harus diperbaiki. Hal tersebut terjadi karena ada kesenjangan antara harapan konsumen dengan keadaan yang sebenarnya.

2. *Analisis Planning Matrix*

Langkah selanjutnya dalam perancangan *House of Quality* adalah matriks perencanaan yang terdiri dari :

a) *Importance to Customer*

Nilai *Importance to Customer* menunjukkan seberapa penting kebutuhan yang diidentifikasi dari pelanggan. Perhitungan didapat dari rumus sebagai berikut:

$$\frac{G}{\sum P} = \dots$$

Dimana nilai *goal* diperoleh dari nilai harapan pelanggan terhadap atribut pertanyaan yang dijawab.

b) *Customer Satisfaction Performance*

Nilai persepsi didapat dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan restoran cepat saji Burger King.

c) *Expected Satisfaction Performance*

Nilai harapan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan restoran cepat saji Burger King.

d) Perhitungan *Improvement Ratio* (IR)

$$IR = \frac{P - E}{E} = \dots$$

e) Perhitungan *Raw Wighet* (RW)

$$RW = IOC (Importance to Customer) \times (IR)$$

f) Perhitungan *Normalized Row Weight* (NRW)

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW}$$

3. Penentuan *Technical Response*

Setelah melakukan *brainstorming* dengan pihak terkait terdapat beberapa respon teknis, dan respon teknis yang diperoleh dari pihak manajemen restoran cepat saji.

Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Pengisian korelasi terdapat simbol yang umum digunakan seperti yang terlihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Simbol *Relationship* pada *HoQ*

<i>Relationship Symbol</i>		<i>Values</i>
<i>Strong</i>	●	9
<i>Moderate</i>	○	3
<i>Weak</i>	▽	1
<i>None</i>		0

Sumber: Munawir, dkk., 2017

Hasil analisis dari pengolahan kuesioner merupakan target yang akan dijadikan tujuan pencapaian tingkat kualitas pelayanan yang ada. Penetapan besarnya nilai hasil ini didasarkan pada kesenjangan antara kepuasan harapan dan kepuasan yang diterima saat ini.

3.7.2 Matrik HOQ *Customer Requirements to Technical Requirement*

Fungsi dari korelasi teknis (*technical correlation*) adalah untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara respon teknis. Apakah hubungan tersebut positif atau negatif. Simbol yang digunakan dalam *technical correlation* tersaji dalam tabel 3.3.

Tabel 3.3 Simbol *Technical Correlation* pada *HoQ*

Simbol	Keterangan
++	Ada hubungan positif yang sangat kuat antara dua respon teknis.
+	Ada hubungan positif antara dua respon teknis.
-	Ada hubungan negatif antara dua respon teknis.
<blank>	Tidak ada hubungan antara dua respon teknis.

Sumber : Munawir, dkk., 2017

1. Matrik HOQ level I:

a. Menentukan derajat kepentingan tiap atribut:

$$\sum_{i=1}^n DK_i \dots \dots \dots (3.1)$$

DK_i

DK_i

Dimana: DK_i = Derajat Kepentingan responden ke-in = jumlah responden

b. Kinerja atribut jasa

$$\frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n} \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana: K_i = Kepuasan responden ke-i

n = jumlah responden

c. Menentukan nilai target dari setiap atribut jasa.

d. Menentukan rasio perbaikan.

$$\frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n} = \dots \dots \dots (3.3)$$

e. Menentukan sales point

f. Menentukan bobot dari setiap atribut jasa.

$$Bobot = Derajat Kepentingan \times Rasio Perbaikan \times Sales Point$$

g. Menentukan normalisasi bobot.

h. Identifikasi parameter teknik (technical requirements)

i. Menentukan interaksi antara keinginan konsumen dengan parameter teknik.

1. Nilai matrik interaksi keinginan konsumen dengan parameter teknik.

Dimana:

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
 2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
 3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

K_{Ti} = Nilai absolut parameter teknik setiap atribut



B_{Ti} = Kepentingan relatif (bobot) keinginan konsumen yangmemiliki hubungan dengan atribut jasa.

H_i = Nilai hubungan keinginan konsumen yang memilikihubungan dengan atribut jasa.

2. Prioritas Parameter Teknik berdasar kepentingan relatif

$$\frac{\begin{matrix} \text{♦♦♦♦♦♦♦♦♦♦} & \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} & \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} \\ \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} & \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} & \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} \end{matrix}}{\Sigma \begin{matrix} \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} & \text{♦♦♦♦} \\ \text{♦♦♦♦♦♦♦♦} \end{matrix}} = 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

2. Matrik HOQ level II:

- a. Normalisasi bobot yang berasal dari nilai prosentase pada parameter teknik
- b. Menentukan kebutuhan proses (*process requirements*)
- c. Menentukan interaksi antara *technical requirements* dengan *process requirements*:

1. Nilai matrik interaksi parameter teknik dengan kebutuhanproses

$$K_{Pi} = \sum B_{Pi} \times H_i \dots\dots\dots(3.6)$$

Dimana:

K_{Pi} = Nilai absolut kebutuhan proses setiap atribut

B_{Pi} = Kepentingan relatif (bobot) parameter teknik yang memiliki hubungan dengan kebutuhan proses

H_i = Nilai hubungan parameter teknik yang memilikihubungan dengan atribut kebutuhan proses

2. Prioritas Kebutuhan proses berdasar kepentingan relatif



100% (3.7)



3. Matrik HOQ level III:

- a. Normalisasi bobot yang berasal dari nilai prosentase pada kebutuhan proses
- b. Menentukan prosedur kualitas (*quality prosedures*)
- c. Menentukan interaksi antara *process requirements* dengan *quality prosedures*

1. Nilai matrik interaksi prosedur kualitas dengan kebutuhan proses

$$PKi = \sum BKi \times Hi \dots\dots\dots (3.8)$$

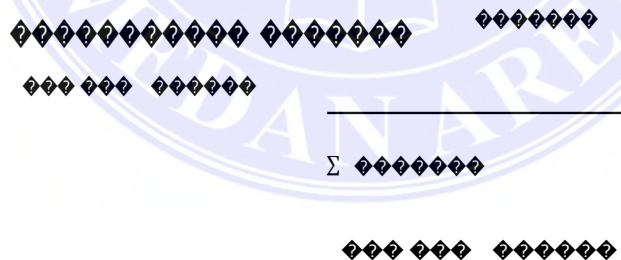
Dimana:

PKi = Nilai absolut prosedur kualitas setiap atribut

BKi = Kepentingan relatif (bobot) kebutuhan proses yang memiliki hubungan dengan atribut prosedur kualitas

Hi = Nilai hubungan kebutuhan proses yang memiliki hubungan dengan atribut prosedur kualitas.

2. Prioritas Prosedur Kualitas berdasar kepentingan relatif 100% (3.9)



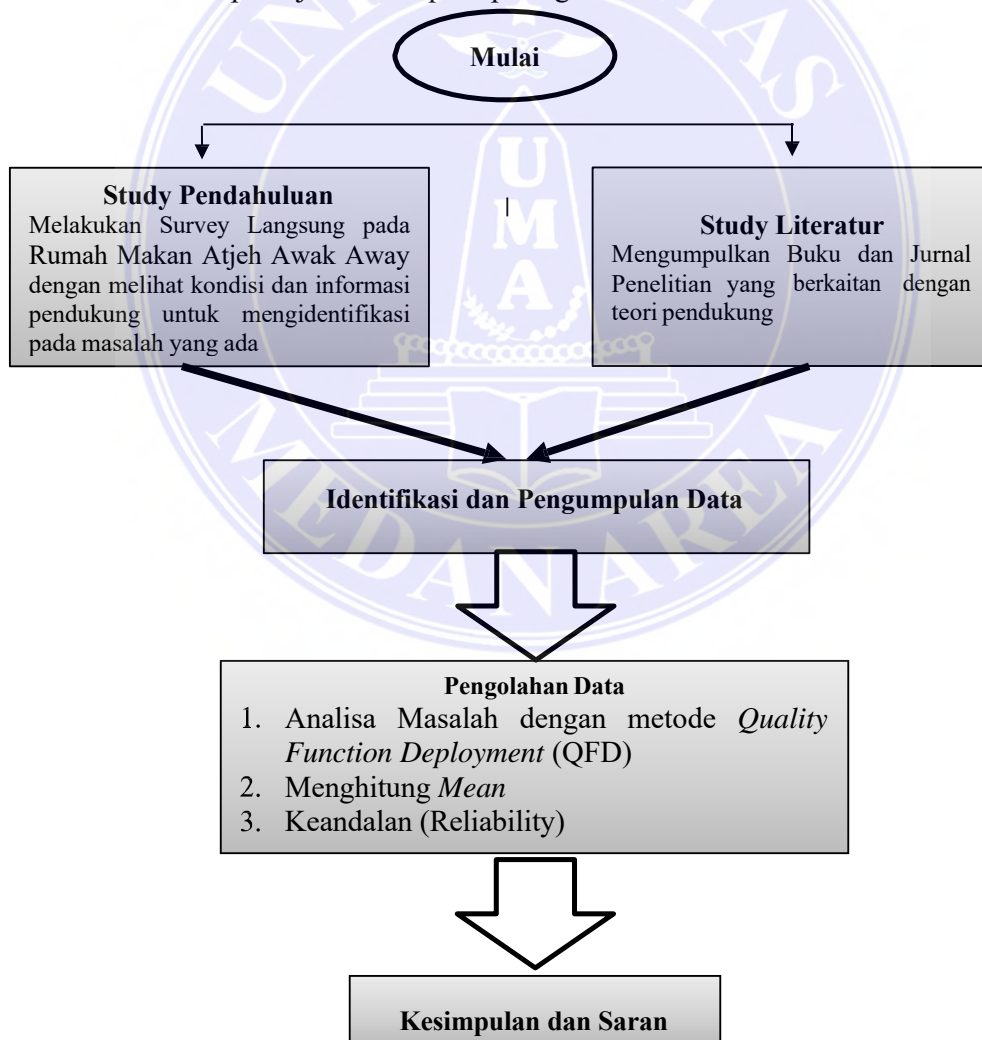
3.7.3 Analisis dan Interpretasi Metode QFD

Merupakan analisa dari tahapan-tahapan di atas. Selain ketiga tahapan di atas, ada tahapan yang pertama kali dilakukan yaitu tahapan perencanaan dan persiapan (fase 0/ prafase). Adapun tahapan ini antara lain:

- a. Menyiapkan dukungan organisasional, meliputi dukungan dari pihak manajemen, dukungan fungsional dan dukungan teknis QFD.

- b. Menentukan tujuan ataupun keuntungan yang diharapkan dari kegiatan QFD.
- c. Menentukan siapa konsumen. Karena dalam proses QFD penilaian banyak dilakukan oleh konsumen.
- d. Menentukan cakupan jasa. Dalam hal ini harus ditentukan dahulubagian mana dari jasa yang termasuk dan tidak termasuk dalam aktivitas QFD.
- e. Melengkapi fasilitas yang mendukung bagi pelaksanaan QFD.

Tahapan analisis data merupakan analisa dari tahapan-tahapan di atas dapat dijelaskan seperti pada gambar berikut ini :



Gambar 3.2. Flow Chart Alir Penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

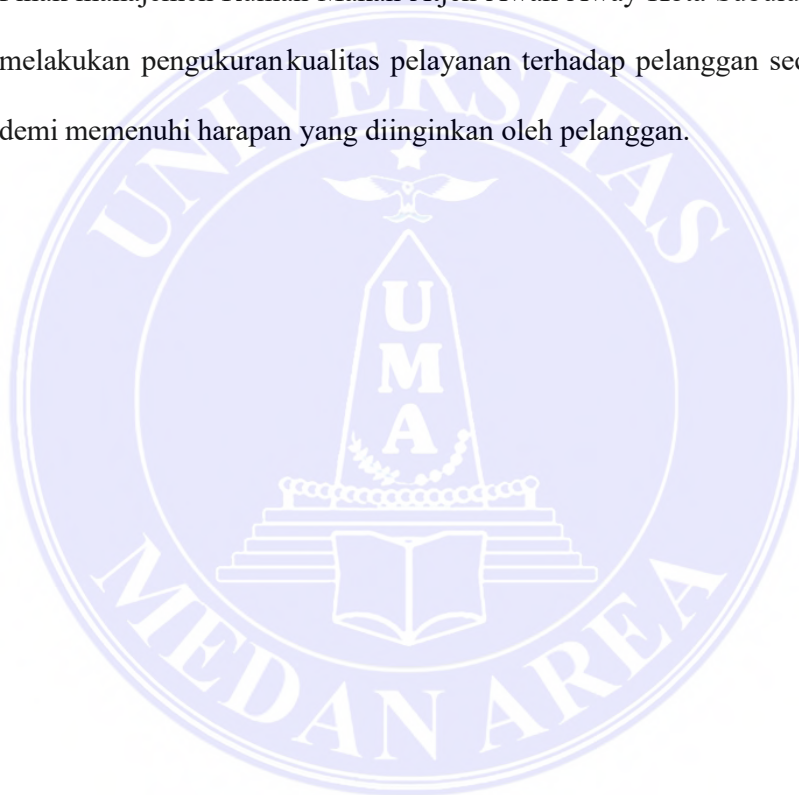
Kesimpulan dari hasil analisa menunjukkan kesenjangan antara persepsi dengan harapan pelanggan Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam yaitu

1. Kondisi kualitas pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dimana keberadaan jumlah toilet telah memadai, ketersediaan tempat ibadah (mushollah) dan terdapat fasilitas pendukung yang lengkap, keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan (saat ramai), ketersediaan area yang luas untuk merokok, ketersediaan fasilitas *delivery order* (pemesanan via aplikasi), dan kecepatan pelayanan oleh kasir terutama jika pelanggan terlalu banyak.
2. Perbaiki kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam dengan penggunaan metode *Quality Function Deployment* (QFD), terdapat respon teknis terhadap 6 atribut untuk dilakukan perbaikan. Perbaikan meliputi penambahan dua buah toilet, pengadaan peralatan sholat yang lengkap, penambahan satu buah mesin hitung kasir, perekrutan pegawai baru dengan posisi kasir, menambah bangku dan meja untuk area merokok, mengurangi minimal transaksi pada fasilitas *delivery order*, dan mengadakan evaluasi secara berkala.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pihak manajemen Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam agar mempertimbangkan rekomendasi perbaikan sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
2. Pihak manajemen Rumah Makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam agar melakukan pengukuran kualitas pelayanan terhadap pelanggan secara berkala demi memenuhi harapan yang diinginkan oleh pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2015. Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arini, Wahyu, 2019, *Manajemen Kualitas.*, Universitas Atmajaya, Yogyakarta..
- Cohen, L.2015. *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You*. Singapore: Addison-Wesleypublishing Company.
- Fajrin, Fibrinda. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Di Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Metode Serqual Gap*. Surakarta: Teknik Industri UMS.
- Gaspersz, Vincent, 2016, *Total Quality Managemen.*:PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Groover, Mikell P, 2015. *Automation, Production System, and Computer-Integrated Manufacturing*, Edisi Kedua, Prentice-Hall International, New Jersey
- H. S. Lasa. 2015, *Manajemen Perpustakaan*, Gama Media, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasidan Kontrol*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Nasution, M.N, 2017. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Qalyubi Syihabuddin dkk. 2017, *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informa..*, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Supranto. J, 2017, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Susanto, Afit. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Surakarta: Teknik Industri UMS.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anatasia. 2015. *Total Quality Management*, Andi Offset. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2021. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2016. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Idris, I., & Delvika, Y. (2018). *Analisis perancangan sistem informasi terintegrasi di lingkungan perguruan tinggi swasta di medan. Jurnal Teknovasi: Jurnal Teknik dan Inovasi Mesin Otomotif, Komputer, Industri dan Elektronika, 1(2), 15-26.*

Silviana, N., Munte, S., Siregar, N., & Prasetyo, H. (2021, October). *Analisis Perawatan Mesin Produksi Menggunakan Metode RCM (Realibility Centered Maintenance) Pada Mesin Mixer Di PT. X. In Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE) (Vol. 4, No. 1).*

Silviana, N. A. (2021). *Rancangan Perbaikan Metode Kerja Dan Alat Bantu Pada Stasiun Pengisian Bantal. Industrial Engineering Journal, 10(1).*

Silviana, N. A. (2008). *Analisis Kadar Asam Lemak Bebas dari Palm Fatty Acid Destilate (PFAD) dan Coconut Fatty Acid Destilate (CFAD) (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).*

Hidayati, J., Silviana, N. A., & Matondang, R. A. (2018, February). *Increased productivity through waste reduction effort in oil and gas company. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 309, No. 1, p. 012010). IOP Publishing.*

Siregar, N. (2002). *Pengaruh Pengolahan Limbah Cair Secara Kolam Terhadap Sifat Fisik dan Kimiawi Dari Air Sumur di Sekitar Pabrik Aluminium Ekstrusi.*

Siregar, N., & Silviana, N. A. (2023). *Pemanfaatan Kulit Pisang dengan Menggunakan Metode Value Engineering pada Industri Makanan Pisang Pasir Wais.*

Siregar, N. A., Susanti, A. T., Nasution, A. A., Sitindaon, S. H., Siregar, D. J. S., Lubis, N., ... & Henuk, Y. L. (2020, February). *Consumer preference on milk crackers made from goat milk based on organoleptic test in Medan, Indonesia. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 454, No. 1, p. 012016). IOP Publishing.*

MUNTHE, S. *THE DESIGN OF QUALITY ASSURANCE SYSTEM TO FACE COMPETITION IN PRIVATE UNIVERSITIES IN THE CITY OF MEDAN.*

Barunda, A. A., Setiawan, D., Qurtubi, Q., & Kusuma, B. S. (2023). *Pemilihan Pemasok dan Alokasi Order Optimum pada Komoditas Hasil Laut Menggunakan Analytical Hierarchy Process dan Multi Objective Linear Programming. JOURNAL OF INDUSTRIAL AND MANUFACTURE ENGINEERING, 7(2), 192-203.*

Ardiansyah, A., Juwono, P. T., & Ismoyo, M. J. (2012). *Analisa Kinerja Sistem Distribusi Air Bersih Pada PDAM Di Kota Ternate. Jurnal Teknik Pengairan: Journal of Water Resources Engineering, 3(2), 211-220.*

Muharman, M., Roza, I., & Kusuma, B. S. (2022, July). *RANCANG BANGUN IRIGASI OTOMATIS BERBASIS ARDUINO ATMEGA 328P MENGGUNAKAN PEMBANGKIT LISTRIK TENAGA ANGIN. In Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU (Vol. 5, No. 1, pp. 41-45).*

Rimbawati, R., Tajali, A., & Kusuma, B. S. (2022, July). *Perancangan Automatic Transfer Switch Berbasis Zelio (Aplikasi Pada PLTS Pematang Johar). In Prosiding Seminar Nasional Teknik UISU (SEMNASTEK) (Vol. 5, No. 1, pp. 172-176).*

Lampiran 1 Angket Tertutup dan Terbuka

Angket Penelitian Kualitas Pelayanan

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini demi terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir Saya yang berjudul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*"

Besar harapan saya untuk dapat menerima kembali kuesioner penelitian ini yang telah saudara isi. Atas bantuan dan partisipasinya, saya mengucapkan terimakasih.

Sebelum mengisi kuesioner ini, saya mengharapkan agar responden yang mengisi ialah mereka yang pernah berkunjung/memesan makanan di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

I. Identitas Pribadi Responden

Nama : _____
Umur : _____
Alamat : _____
Hari / Tanggal : _____

II. Petunjuk pengisian

1. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan, dan beri tanda (X) pada kolom jawaban yang anda pilih.
2. Pilihlah setiap pernyataan dengan jujur

III. Pendapat Pelanggan Tentang Pelayanan

Penilaian Tingkat Persepsi

1 = Sangat Tidak Baik

2 = Tidak Baik

3 = Cukup Baik

4 = Baik

5 = Sangat Baik

Penilaian Tingkat Harapan

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Cukup Penting

4 = Penting

5 = Sangat Penting

Tingkat persepsi adalah sesuai dengan keadaan yang nyata saat ini tentang kondisi yang sebenarnya di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

Tingkat harapan adalah sesuatu hal yang diinginkan oleh pelanggan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan di Rumah makan Atjeh Awak Away Kota Subulussalam.

Berilah jawaban yang menurut anda sesuai dengan yang anda alami.

NO	PERNYATAAN	Tingkat Persepsi					Tingkat Harapan				
		STB	TB	CB	B	SB	STP	TP	CP	P	SP
1	Kesediaan tempat parkir yang luas										
2	Kebersihan ruangan rumah makan										
3	Kebersihan dan kerapian pada penampilan karyawan										

4	Kemudahan pelanggan dalam membaca menu																			
5	Keberadaan jumlah toilet yang memadai																			
6	Ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas pendukung cuci tangan yang lengkap																			
7	Ketersediaan tempat ibadah (mushollah) dan terdapat fasilitas pendukung yang lengkap																			
8	Keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan (saat ramai)																			
9	Ketersediaan area yang luas untuk merokok.																			
10	Ketersediaan dan kelengkapan menu yang ada di rumah makan																			
11	Ketersediaan fasilitas <i>delivery order</i> (pemesanan via aplikasi).																			
12	Kegunaan dari berbagai media dapat berjalan dengan baik sebagai promosi																			
13	Ketepatan waktu pelayanan																			

14	Kejelasan menyampaikan informasi terkait dengan promosi yang dilakukan											
15	Kemampuan kasir untuk menghitung dengan teliti											
16	Kecepatan serta ketanggapan yang baik dari pihak manajemen rumah makan dalam menanggapi keluhan pelanggan.											
17	Kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak											
18	Kejelasan karyawan dalam menyampaikan menu yang tersedia di rumah makan.											
19	Ketersediaan tempat parkir yang aman dan nyaman.											
20	Kenyamanan dan keamanan dapat ditonjolkan di rumah makan											
21	Pemberian jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan yang kurang sesuai											
22	Kesediaan petugas rumah makan untuk membantu pelanggan											

23	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan											
24	Kecepatan dalam memberikan solusi dari pihak manajemen, jika terjadi keluhan dari pelanggan											
25	Komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan dalam pelayanan											

Saran apa yang dapat anda berikan untuk memperbaiki kualitas pelayanan di rumah makan ?

.....

.....

.....

.....

.....

Terimakasih atas waktu dan kerjasamanya dalam pengisian kuesioner ini