

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM
GEPREK IDAMAN SOLO DENGAN MENGGUNAKAN
METODE SERVQUAL DAN *QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD)***



DI SUSUN OLEH :

AHMAD IRFAN MAULANA

31601900008

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

FINAL REPORT

**ANALISIS OF SERVICE QUALITY ON COSTOMER SATISFACTION AT
THE SOLO DREAM GEPREK CHICKEN RESTAURANT USING THE
SERVQUAL AND QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHODS**



ARRANGED BY :

UNISSULA
جامعة سلطان أبو جوح الإسلامية

AHMAD IRFAN MAULANA

31601900008

**DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM GEPREK IDAMAN SOLO DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)” ini disusun oleh :

Nama : Ahmad Irfan Maulana

NIM : 31601900008

Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Nurwidiana, ST, MT
NIDN 06 0402 7901



Wiwiek Fatmawati, ST, M.Eng.
NIDN. 06 2210 7403

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri



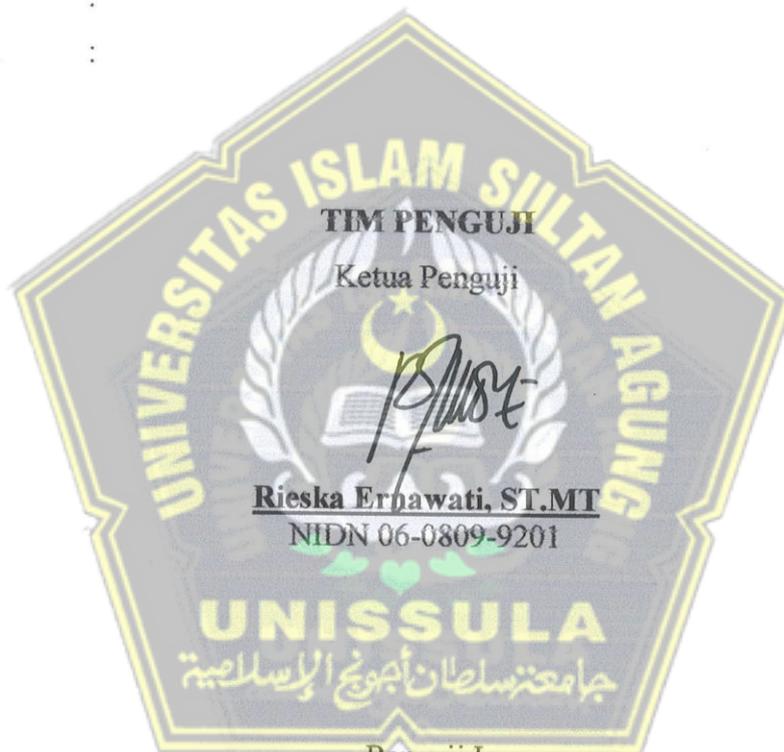
Wiwiek Fatmawati, ST, M.Eng.
NIK. 210 600 021

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM GEPREK IDAMAN SOLO DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*” ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada :

Hari :

Tanggal :



Penguji I

Ir. Eli Mas'idah, MT
NIDN 06-1506-6601

SURAT PERYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Irfan Maulana

NIM : 31601900008

Judul Tugas Akhir : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM GEPREK IDAMAN SOLO DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD)

Dengan bahwa ini saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, 6 Juni 2024

Yang Menyatakan



Ahmad Irfan Maulana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Irfan Maulana

NIM : 31601900008

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Dengan ini saya menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN AYAM GEPREK IDAMAN SOLO DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*”**

Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihediakan, dikelola dan pangkalan data dan dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta/plagiarism dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 6 Juni 2024

Yang Menyatakan



Ahmad Irfan Maulana

HALAMAN MOTTO

“Manusia yang terbaik adalah yang dilahirkan dalam keislaman, sebab memerintah berbuat baik dan mencegah hal buruk serta iman Kepada-Nya, meskipun banyak yang beriman tetapi banyak umat yang buruk”.

(Q.S. Ali'Imran : 110)

“Allah tidak membebani seorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

“Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah dzikir. Mencari ilmu adalah jihad”

(Abu Hamid Al Ghazali)

“Beramallah untuk duniamu seolah-olah engkau hidup selamanya. Dan beramallah untuk akhiratmu seolah-olah engkau mati esok”.

(Al-Mahfudzot)

“Kurang cerdas dapat diperbaiki dengan belajar, kurang cakap dapat dihilangkan dengan pengalaman.. namuntidak jujur itu sulit untuk diperbaiki”.

(Mohammad Hatta)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Idaman Solo Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan *Quality Function Deployment* (QFD)”. Tidak lupa sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi kita Nabi Muhammad SAW.

Saya mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak selama proses penulisan Laporan Tugas Akhir ini, termasuk saran, dorongan, dan doa. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa simpati dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Novi Marlyana ST.,MT selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Wiwiek Fatmawati, ST,M.Eng. Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri UNISSULA yang telah memberi kelancaran pelayanan dalam urusan Akademik.
3. Ibu Dr. Nurwidiana, ST, MT. Selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Wiwiek Fatmawati, ST,M.Eng.Selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Teknik Industri UNISSULA yang telah memberi ilmunya kepada saya.

Penulis Menyadari keterbatasan ilmu pengetahuan, kemampuan, pemahaman, dan kurangnya pengalaman yang dimiliki, dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penuliis juga bagi para pembaca.

Semarang, Mei 2024

Penulis



DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Tujuan.....	4
1.5. Manfaat.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1. Pengertian Kualitas	17
2.2.2. Konsep Kualitas	18
2.2.3. Metode <i>Service Quality (Servqual)</i>	19
2.2.4. Model dan Dimensi <i>Servqual</i>	20
2.2.5. <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	23
2.2.6. <i>House of Quality</i>	25
2.2.7. Penyusunan <i>House of Quality</i>	28
2.3. Hipotesis dan Kerangka Teoritis	30
2.3.1. Hipotesis.....	30
2.3.2. Kerangka Teoritis.....	31

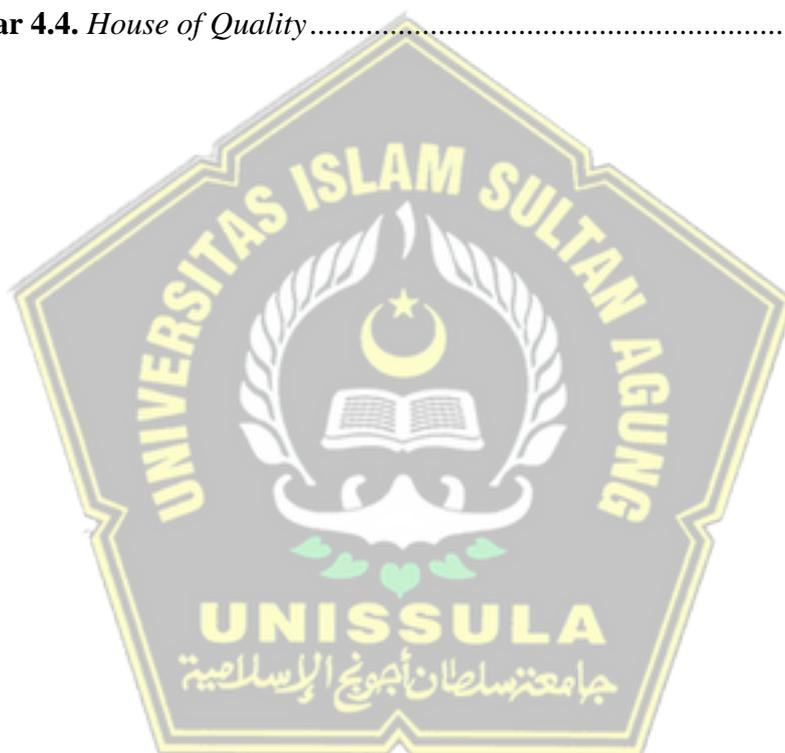
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Pengumpulan Data	33
3.2. Teknik Pengumpulan Data	33
3.3. Pengujian Hipotesa.....	34
3.4. Metode Analisis.....	34
3.5. Pembahasan	34
3.6. Penarikan Kesimpulan.....	34
3.7. Diagram Alir.....	35
4.1. Pengumpulan Data	37
4.1.1. Deskripsi Ayam Geprek Idaman Solo.....	37
4.1.2. Penyusunan Kuisisioner Penelitian.....	37
4.1.3. Karakteristik Konsumen	39
4.1.4. Rekapitulasi Penilaian Konsumen.....	41
4.2. Pengolahan Data.....	45
4.2.1. Metode Servqual	45
4.2.2. Metode QFD.....	46
4.2.2.1. Penyusunan Model <i>House of Quality</i>	46
4.2.2.2. <i>House of Quality</i>	55
4.3. Analisa dan Interpretasi	56
4.3.1. Analisis Servqual	56
4.3.2. Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode QFD	56
4.3.2.1. Analisis <i>House of Quality</i>	56
4.3.2.2. Analisis <i>Voice of Customer</i>	56
4.3.2.3. Analisis <i>Voice of Engineer</i>	57
4.3.2.4. Analisis <i>Customer Rating</i>	58
4.3.2.5. Analisis Perbaikan	59
BAB V PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Hasil wawancara penelitian.....	3
Tabel 2.1. Rekap Tinjauan Pustaka	9
Tabel 2.2. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)	10
Tabel 2.3. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)1	1
Tabel 2.4. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)	12
Tabel 2.5. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)	13
Tabel 2.6. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)	14
Tabel 2.7. Faktor Penyebab terjadinya Gap	22
Tabel 2.8. Simbol dan Relationship Matrix.....	29
Tabel 2.9. Derajat Pengaruh Teknis	29
Tabel 4.1. Kuisisioner Penelitian	37
Tabel 4.2. Karakteristik Responden	38
Tabel 4.3. Hasil wawancara penelitian.....	40
Tabel 4.4. Rekapitulasi Penilaian Konsumen.....	43
Tabel 4.5 Validitas Data.....	43
Tabel 4.7 Nilai Servqual Gap 5	44
Tabel 4.8 Tingkat kepentingan konsumen.....	46
Tabel 4.9 Tingkat kepuasan konsumen.....	46
Tabel 4.10 <i>Planning Matrix</i>	48
Tabel 4.11 <i>Technical Response</i>	49
Tabel 4.12 <i>Relationship</i>	50
Tabel 4.13 <i>Technical Matrix</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>House of Quality</i>	26
Gambar 2.2 Kerangka Teoritas.....	32
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	36
Gambar 4.1. Diagram Jenis Kelamin Responden.....	39
Gambar 4.2. Diagram Umur Responden	39
Gambar 4.3. Diagram Jumlah Kunjungan Responden	39
Gambar 4.4. <i>House of Quality</i>	53



ABSTRAK

Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo yang bergerak dalam bidang kuliner ayam goreng berlokasi pada Jl.Pucangan, Dusun IV, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah dan berdiri pada tanggal 15 maret tahun 2018, mampu bertahan dan bersaing sampai sekarang. Analisis dan identifikasi pelayanan Rumah Ayam Geprek Idaman Solo dilihat dari *Gap* dari persepsi terhadap harapan atau skor *gap servqual* dan identifikasi *House of Quality* dalam *Quality Function Deployment* (QFD). Tanggal 10 Maret 2024, dimana dilakukan survey pada 30 pelanggan, dimana sebagian besar orang tersebut telah makan 10 kali disana dengan gender dan umur yang variatif dalam 10 atribut pertanyaan untuk persepsi, harapan, dan kepentingan. Rumah Ayam Geprek Idaman Solo tergolong cukup baik secara usaha, namun dari total 10 atribut pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang diteliti terdapat 2 atribut yang harus diperbaiki. Mengetahui prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan yakni dengan metode *servqual*, yang dimana skor *servqual gap* 0 dari penelitian ada dalam aspek menjaga etika pelayanan dan pembayaran melalui dompet digital. Berdasarkan analisis *Quality Function Deployment* (QFD) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harus segera melakukan perbaikan berupa menambah fasilitas yang utama dibutuhkan seperti toilet dan kipas angin dapat menunjang dalam keberlangsungan usaha ini serta membuat pelanggan memiliki kenyamanan saat berada di warung makan. Meningkatkan ketelitian karyawan perlu diperhatikan kembali agar tidak ada kesalahan yang terus berulang mengenai hal berhubungan dalam pelayanan kepada pelanggan maupun SOP di warung makan tersebut.

Kata Kunci: *gap, ayam geprek, house of quality, quality function deployment, servqual.*

ABSTRACT

Ayam Geprek Idaman Solo Restaurant which is engaged in the culinary field of fried chicken is located on Jl.Pucangan, Dusun IV, Kartasura District, Sukoharjo Regency, Central Java and was established on March 15, 2018, able to survive and compete until now. This study aims to analyze and identify the services of Rumah Ayam Geprek Idaman Solo by knowing the Gap from perceptions to expectations with the servqual method and identifying the House of Quality in Quality Function Deployment (QFD). March 10, 2024, where a survey was conducted to 30 customers who came, where most of these people had eaten 10 times there with varied gender and age in 10 attribute questions for perceptions, expectations, and interests. Rumah Ayam Geprek Idaman Solo is quite good in terms of business, but from a total of 10 attributes of questions about service quality studied, there are 2 attributes that must be improved. Knowing the main priorities in improving service quality is the servqual method, where the servqual gap score 0 of the research is in the aspect of maintaining service ethics and payment via digital wallet. Based on the Quality Function Deployment (QFD) analysis that has been carried out, it shows that improvements must be made immediately in the form of adding the main facilities needed such as toilets and fans that can support the sustainability of this business and make customers comfortable. Increasing the accuracy of employees needs to be considered again so that there are no repeated mistakes regarding matters related to service to customers and SOPs in the food stall.

Keywords: gap analysis, ayam geprek, house of quality, quality function deployment, servqual.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Suatu perusahaan harus bisa membaca keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap eksis dan bertahan dalam ketatnya persaingan saat ini. Apabila perusahaan hanya menginginkan laba maksimal saja tanpa memperhatikan keluhan-keluhan konsumen, maka dapat dipastikan cepat atau lambat perusahaan tersebut akan mengalami kehancuran, untuk itu suatu perusahaan harus mampu bersaing menembus persaingan bisnis saat ini. Dengan adanya persaingan tersebut maka perusahaan harus menetapkan kebijaksanaan dalam mencapai sasaran atau target penjualan yang telah ditetapkan, dengan adanya persaingan ini pula masyarakat juga dapat melihat bagaimana kinerja suatu perusahaan semaksimal mungkin memperbaiki manajemen dan sumber daya yang dimiliki. Pengelola juga harus dapat mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dalam pencapaian kepuasan yang optimal (Muhammad Andre Alhahfi, 2022).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai penilaian konsumen dalam jasa warung makan, seperti: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan produk (Tjiptono, 2008).

Ayam geprek adalah salah satu makanan kekinian yang populer beberapa tahun terakhir. Ayam geprek adalah ayam berlapis tepung tipis dan digoreng. Setelah digoreng ayam ini akan digeprek dan dicampur dengan sambal ulek. Popularitas ayam geprek belakangan lebih tinggi

dibandingkan ayam penyet lantaran banyak masyarakat yang lebih senang dengan ayam goreng tepung. Berbagai gerai dan rumah makan ayam geprek juga merupakan salah satu menu yang paling banyak dipesan melalui aplikasi ojek online.

Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo yang bergerak dalam bidang kuliner ayam goreng berlokasi pada Jl.Pucangan, Dusun IV, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Warung makan ayam geprek berdiri pada tanggal 15 maret tahun 2018. Warung makan ayam geprek idaman solo memiliki jumlah karyawan 8. Upaya untuk warung makan ayam geprek mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing lainnya yaitu dengan menjaga kualitas makanan dan juga pelayanan yang baik harus di pertahankan agar mampu bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya.

Dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada tanggal 12 agustus 2023, dimana dilakukan survei kepada pelanggan yang datang sebanyak 10 pelanggan yang datang, 5 pelanggan menyatakan tidak cukup puas dengan adanya pelayanan pada warung makan ayam geprek idaman Solo. Dimana mereka merasa waktu tunggu pelayanan dirumah makan tersebut sangat lama, kemudian beberapa pelanggan juga menyatakan rasa makanan tidak sesuai yang apa mereka harapkan, sama halnya dengan beberapa keluhan yang sering terjadi di warung makan atau restoran dalam segi pelayanan yang menjadi dasar atribut (Adiba et al., 2023)

Berikut tabel 1.1 Hasil Survei Penelitian Pendahuluan

Tabel 1.1. Hasil Survei Penelitian Pendahuluan

No	Atribut kualitas Pelayanan	Puas	Tidak Puas	Jumlah
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	5	5	10
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	3	7	10
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	7	3	10
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	5	5	10
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	3	7	10
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	5	5	10

7	Menu yang disajikan selalu tepat	6	4	10
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	5	5	10
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	5	5	10
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	5	5	10

Berdasarkan observasi sementara diatas menunjukkan table 1 terdapat pengamatan awal 10 responden. Pelanggan yang tidak puas dikarenakan harapan tidak sesuai, pelayanan selama proses tidak memuaskan, menunggu terlalu lama, perilaku karyawan kurang memuaskan. Dengan demikian perlu dilakukan upaya untuk memperbaiki kualitas pelayanan di rumah makan ayam geprek. Maka dari itu menjadikan ketertarikan penulis untuk meneliti secara lanjut terkait “ Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Idaman Solo” dengan lebih banyak responden yaitu 30 responden.

Melalui penelitian ini maka bisa diketahui faktor – faktor yang menyebabkan ketidak puasan dari pelanggan sehingga bisa memberi masukan kepada rumah makan tersebut.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagaiberikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada warung makan ayam geprek idaman ?
2. Atribut – atribut apa saja yang perlu dikembangkan dan diperbaiki agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan dapat ditingkatkan ?
3. Bagaimana perbaikan kualitas pelayanan pada warung makan ayam geprekidaman ini dapat di ajukan ?

1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan dan tidakmenyimpang dari permasalahan, maka perlu adanya batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada bagian pelayanan warung makan Ayam Geprek Idaman Solo bukan pada bagian produksi.
2. Penelitian dilakukan dalam waktu 3 bulan, Dimulai dari bulan Desember sampai dengan bulan Februari 2024.

1.4. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap warung makan ayam geprek.
2. Mengetahui prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan warung makan ayam geprek.
3. Memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan pada warung makan ayam geprek.

1.5. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Dapat diketahui tingkat kualitas pelayanan pada warung makan ayam geprek idaman.
2. Dapat diketahui gap antara kualitas yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang bisa diberikan oleh warung makan.
3. Bisa memberi masukan atau usulan perbaikan pada warung makan

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian pada warung makan ayam geprek idaman serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori, landasan konseptual, dan informasi yang diambil dari literatur yang ada. Pada bagian ini akan diuraikan mengenai konsep jasa, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan teori lain yang terkait dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

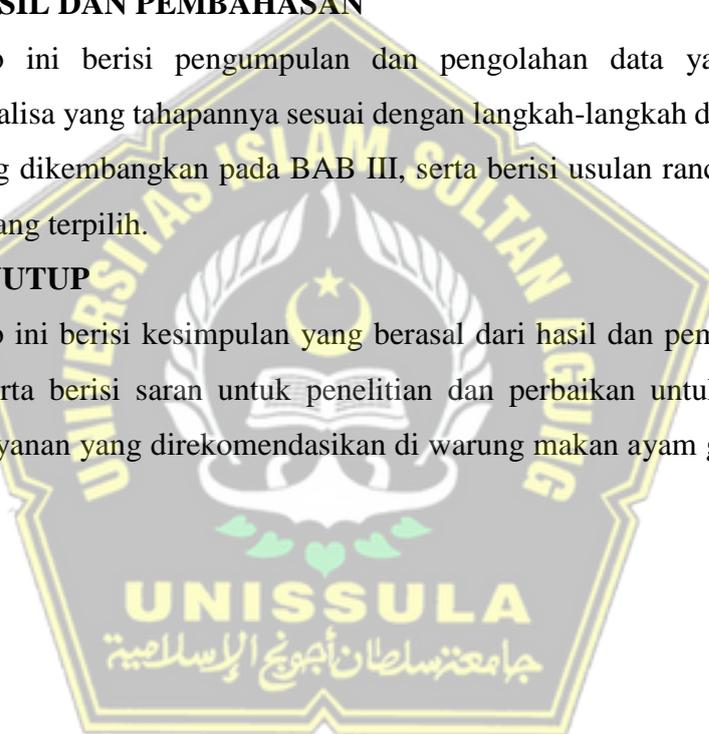
Bab ini akan menjelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam melakukan penelitian diawali dari identifikasi masalah sampai penarikan kesimpulan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengumpulan dan pengolahan data yang kemudian dilakukan analisa yang tahapannya sesuai dengan langkah-langkah dari pemecahan masalah yang dikembangkan pada BAB III, serta berisi usulan rancangan konsep persediaan yang terpilih.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang berasal dari hasil dan pembahasan yang dilakukan serta berisi saran untuk penelitian dan perbaikan untuk aspek-aspek kualitas pelayanan yang direkomendasikan di warung makan ayam geprek idaman tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Berikut adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Penelitian oleh Harto (2015) berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan” penelitian ini menggunakan metode fuzzy servqual guna mencegah masalah pandangan individu yang samar, tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, serta melakukan identifikasi faktor-faktor pelayanan yang harus diperbaiki. Penggunaan metode Fuzzy Servqual dapat memperjelas dan memperkuat ketidakpastian yang berhubungan dengan kesamaran dari masalah yang dihadapi, seperti kepuasan pelanggan, tingkat persepsi, harapan dan kualitas pelayanan.

Penelitian oleh Kusuma (2018) dengan judul “Studi Perbandingan Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru di Kota Balikpapan dengan Metode Servqual”. Metode servqual yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat kualitas pelayanan pada Pantai Manggar dan Lamuru. Penelitian ini membandingkan antara pantai yang dikelola oleh public sector yaitu Pantai Manggar, dan Pantai Lamaru yang dikelola oleh private sector. Penelitian ini memiliki hipotesis yaitu kualitas pelayanan Pantai Lamaru lebih baik, karena dikelola oleh private sector. Penelitian ini menggunakan metode komparasi dengan mengukur dimensi servqual. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa dari sisi demografis wisatawan domestic yang berkunjung diketahui berasal dari daerah disekitar kota Balikpapan. Wisatawan asal Kutai Kartanegara paling banyak mengunjungi pantai Manggar (53 persen), Balikpapan (34 persen), Penajam (10 persen), dan wisatawan berasal dari beberapa daerah lainnya sebesar 3 persen. Sedangkan di pantai Lamaru, warga Balikpapan (64 persen), Kutai

Kartanegara (20 persen), Penajam 9 persen, dan wisatawan dari daerah lainnya 7 persen.

Peneliti oleh, (Made Nanda Pranata, 2019) melakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Tujuan penelitian yaitu mengetahui atribut produk dan pelayanan, menentukan tingkat kepuasan konsumen, dan menentukan atribut yang perlu menjadi prioritas dalam perbaikan kualitas produk dan pelayanan. Hasil analisis menyatakan bahwa seluruh atribut kualitas produk dan pelayanan dianggap penting oleh konsumen Voltvet Eatery and Coffee. Perhitungan CSI menghasilkan nilai sebesar 82,85% untuk kualitas produk dan sebesar 83,83% untuk kualitas pelayanan. Hal ini berarti konsumen sangat puas dengan produk maupun pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee.

Penelitian oleh, Abdul Rahman, (2012) yang berjudul “Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)”. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus meningkatkan pelayanan pada persyaratan teknis sesuai dengan tingkat prioritas yang didapatkan.

Penelitian Aulia Bayu Yushila, (2017) dengan judul “Customer Satisfaction Analysis With Fuzzy – Servqual Method And Quality Function Deployment (QFD) (Case Study at Café Right Time Malang)”. Bisnis café yang sudah menjamur membuat para pemilik café harus memiliki inovasi yang berbeda yang membedakan produknya dengan café lain, serta memberikan keunggulan yang tidak dimiliki oleh café lain. Pengintegrasian logika fuzzy dan servqual bertujuan untuk mengurangi ambiguitas dari subjektivitas hasil metode servqual. Metode QFD digunakan untuk analisis selanjutnya, yaitu untuk usulan perbaikan kualitas pelayanan.

Penelitian oleh Eka Kurniati (2016) yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kue Bayat Bengkulu”. Penelitian memiliki tujuan guna mengidentifikasi atribut-atribut kue bayat yang penting bagi konsumen, mengetahui kepuasan konsumen kue bayat, dan memberikan rekomendasi perbaikan produk. Penelitian ini mengkombinasikan dua metode, yaitu metode CSI dan Importance Performance Analysis. Dari hasil perhitungan korelasi tertinggi yaitu atribut kemampuan kemasan melindungi produk dengan nilai r hitung 0,734 sedangkan terendah adalah warna kemasan dengan r hitung 0,459. Namun demikian semua atribut dinyatakan valid, nilai r hitung pada atribut lebih besar dari nilai r tabel.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Wibisono, 2018) dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Pendidikan”. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa terhadap pelayanan pendidikan di Sma Yasporbi setelah dilakukan observasi dan diskusi dengan pihak sekolah berkaitan dengan 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati) diperoleh 32 butir atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan siswa terhadap pelayanan pendidikan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Solehatin Ika Putri, 2017). dengan judul “Metode Service Quality dan Quality Function Deployment Sebagai Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Survei Pada Penumpang Kereta Ekonomi Lokal Lintas Barat 2017”. Berdasarkan hasil yang didapatkan, daya tanggap dan keandalan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang merupakan hal terpenting yang perlu lebih diperhatikan dan diperbaiki oleh PT. KAI (Persero).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Firda Triana Hartanti, 2015). Dengan judul “Integrasi Servqual Dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya”.

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, terdapat 18 atribut yang diinginkan oleh konsumen atau pengunjung untuk ada pada pelayanan di kenjeran baru Surabaya.

Tabel 2.1. Rekap Tinjauan Pustaka

No	Penulis	Judul	Sumber	Metode	Atribut	Hasil Penelitian
1	Budi Harto, (2015)	Analisis Tingkat Kepuasan Dengan Pendekatan Fuzzy Serqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan	Jurnal TEKNOIF (STMIK) Jayamusa Padang Vol. 3 No. 1 April 2015 ISSN: 2338 - 2724	Fuzzy Servqual	Reliability, Responsivness	Terdapat dua atribut kualitas pelayanan dengan nilai rendah, yaitu dimensi Reliability (Keandalan dan Responsivness (Daya Tanggap).
2	Bambang Jati Kusuma, Syahrul Karim, Yogiana Maryani. (2018)	Studi Perbandingan Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru di Kota Balikpapan dengan Metode Servqual	JSHP Vol. 3 No.1, 2018 Politeknik Negeri Balikpapan e-ISS: 2597-7342	Servqual	<i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy</i>	Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pantai yang dikelola oleh public sector lebih baik dibandingkan dengan private sector.

Tabel 2.2. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)

No	Penulis	Judul	Sumber	Metode	Atribut	Hasil Penelitian
3	Made Nanda Pranata, Amna Hartiati, dan Cokorda Anom Bayu Sadyasmara. (2019)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Volvet Eatery and Coffee	Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri ISSN; 2503-488X, Vol 7, No 4 pp. 594-603	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Atribut pada kuesioner kepentingan pelayanan yang mendapatkan skor terkecil adalah atribut ketersediaan lahan parkir	Konsumen sudah puas dengan kualitas pelayanan dan produk di <i>Café Voltvet Eatery and Coffee</i> , dengan penilaian yang cukup tinggi diatas 50 persen.
4	Abdul Rahman, Heri Supomo. (2012)	Analisa Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)	JURNAL TEKNIK ITS Vol. 1, No. 1 (Sept. 2012) ISSN: 2301-9271	<i>Quality Function Deployment</i>	pengujian atribut diatas diperoleh nilai <i>corrected item total correlation</i> sebesar 0,548	Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, maka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus meningkatkan pelayanan pada persyaratan teknis sesuai dengan tingkat prioritas yang didapatkan.

Tabel 2.3. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)

No	Penulis	Judul	Sumber	Metode	Atribut	Hasil Penelitian
5	Aulia Bayu Yushila, Mas'ud Effendi, dan Usman Effendi. (2017)	<i>Customer Satisfaction Analysis With Fuzzy – Servqual Method And Quality Function Deployment (QFD) Case Study at Café Right Time Malang</i>	Jurnal Teknologi Pertanian Vol. 18 No. 2 [Agustus 2017] 107 – 118	<i>Fuzzy – Servqual dan Quality Function Deployment</i>	Atribut pelayanan yang digunakan merupakan terjemahan dari dimensi kualitas pelayanan.	Prioritas utama yaitu penyajian makanan dan minuman yang cepat serta tepat sesuai pesanan, kejelasan dan kewajaran harga yang ditawarkan, dan porsi penyajian makanan dan minuman yang konsisten, dengan usulan perbaikan yaitu melakukan standaroperasional prosedur pelayanan, mengandakan pelatihan komunikasi dan etika karyawan secara rutin, dan memperbaikisarana dan prasarana.
6	Eka Kurniati, Evanila Silvia, dan Zulman Efendi. (2016)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu	Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia, Vol 8, No 2, 2016	<i>Customer Satisfaction Index (CSI) dan IPA (Importance Performace Analysis)</i>	Kualitas Produk, Kemasan Produk, Harga Produk	Konsumen sudah puas dengan produk kue baytat, beberapa usulan perbaikan, yaitu atribut warna kue dan harga produk. Konsumen menilai bahwa rasa kue, aroma kue dan tekstur kue merupakan atribut yang harus depertahankan.

Tabel 2.4. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)

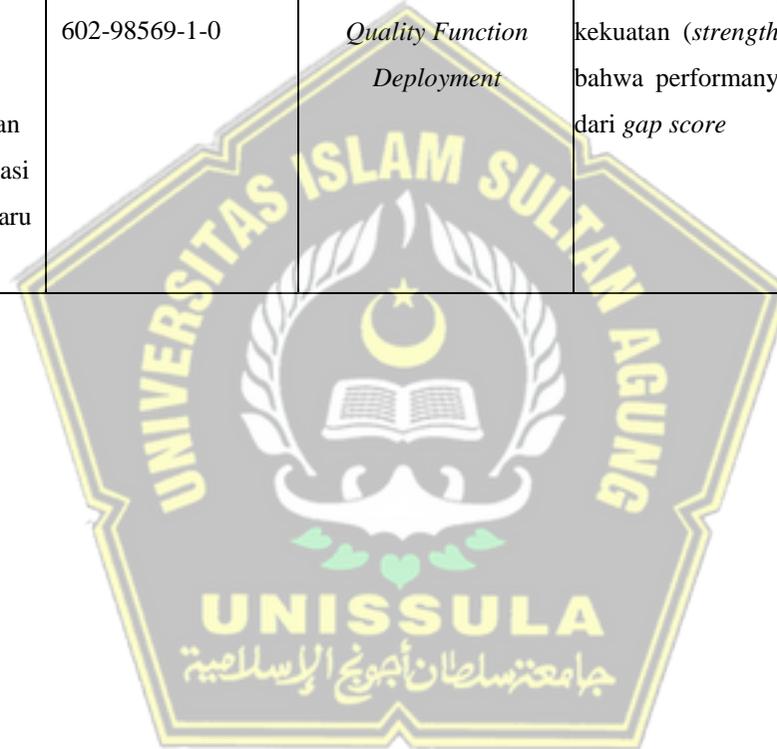
No	Penulis	Judul	Sumber	Metode	Atribut	Hasil Penelitian
7	Deni Wibisono. (2018)	Analisis Kualitas Layanan Pendidikam	Jurnal Sosio e-kons Volume 10, No. 1 April 2018, pp. 56-74 e-ISSN: 2502-5449 p-ISSN: 2085-2266	<i>Sevice Quality dan Quality Function Deployment</i>	Reliabilitas, Daya tangkap, jaminan, Empati, Bukti fisik.	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa terhadap pelayanan pendidikan di SMA YASPORBI setelah dilakukan observasi dan diskusi dengan pihak sekolah berkaitan dengan 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan emphaty (empati) diperoleh 32 butir atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan siswa terhadap pelayanan pendidikan.

Tabel 2.5. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)

8	Solehatin Ika Putri, Sumartini, Alifira Sofia. (2017)	Metode Service Quality dan Quality Function Deployment Sebagai Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Survei Pada Penumpang Kereta Ekonomi Lokal Lintas Barat 2017	Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis – Vol. 8 No. 1 Maret 2017	<i>Service Quality dan Quality Function Deployment</i>	<i>Reliability, Responsiveness, Assurance</i>	Daya tanggap dan keandalan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang merupakan hal terpenting yang perlu lebih diperhatikan dan diperbaiki oleh PT. KAI (Persero).
---	---	---	--	--	---	--

Tabel 2.6. Rekap Tinjauan Pustaka (Lanjutan)

No	Penulis	Judul	Sumber	Metode	Atribut	Hasil Penelitian
9	Firda Triana Hartanti, Ni Luh Putu Hariastuti. (2015)	Integrasi Servqual Dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya	Jurnal ISBN 978- 602-98569-1-0	<i>Service Quality</i> dan <i>Quality Function</i> <i>Deployment</i>	Atribut-atribut yang termasuk pada kekuatan (<i>strength</i>) memiliki arti bahwa performanya bagus dilihat dari <i>gap score</i>	Terdapat 18 atribut yang diinginkan oleh konsumen ataupun pengunjung untuk ada pada pelayanan di kenjeran baru suarabaya



Metode lainnya yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan yaitu metode Customer Satisfaction Index (CSI) adalah indeks kepuasan pengguna yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari pelayanan. Adapun kekurangan dari metode CSI yaitu tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut - atribut yang di hasilkan. Adapun kelebihanya yaitu mampu mengukur dan menganalisis kepuasan dengan memperhatikan harapan dan membandingkan antra kinerja dengan harapannya. metode lainnya Importance Performance Analysis (IPA) adalah salah satu metode untuk mengukur gap atribut-atribut service quality menurut sudut pandang konsumen. Metode ini memiliki beberapa kelebihan bila dibandingkan dengan metode lain diantaranya; 1) Mudah untuk mengetahui atribut jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, 2) hasil yang relatif mudah diinterpretasikan, 3) berbiaya rendah. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah Importance Performance Analysis (IPA) karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah.

Metode servqual berbasis kualitas jasa dimana perbandingan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang mereka terima, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Model servqual adalah alat yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988), dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa.

Metode QFD merupakan pendekatan yang sistematis dalam menentukan apa yang diinginkan pelanggan dan menerjemahkan keinginan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. QFD meliputi seluruh pelanggan dari

desain produk atau produksi setelah pasar target teridentifikasi. QFD digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan, mengatasi permasalahan dalam tim, serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi. Tujuan dari QFD menerjemahkan bahkan kriteria kualitas subjektif menjadi lebih obyektif yang dapat dikuantifikasi dan diukur, dan kemudian dapat digunakan untuk merancang dan memproduksi sebuah produk. dalam QFD.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa 4 metode di atas Servqual, QFD, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis a(IPA) merupakan metode yang tepat diaplikasikan pada kualitas pelayanan jasa. Tetapi pada penelitian ini penulis memilih menggunakan metode Servqual dan QFD. karena metode Servqual ini agar tau apa yang di inginkan konsumen dan bagaimana mewujudkannya melalui QFD tersebut.

Servqual dan QFD dapat digunakan karena Servqual memiliki dimensi seperti Reliability, merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal. Assurance, merupakan tenaga kerja yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan. Tangibles, menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna. Empathy, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna. Responsiveness, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat. metode Quality Function Deployment (QFD). QFD adalah teknik berbasis perencanaan dan pengembangan yang memungkinkan kelompok perbaikan untuk mengklasifikasikan keinginan dan keinginan klien dan secara sistematis mengevaluasi kegunaan kemampuan produk atau layanan dalam memenuhi keinginan pembeli. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan klien menjadi apa yang dihasilkan perusahaan.

2.2. Landasan Teori

Berikut adalah landasan teori dari proposal tugas akhir :

2.2.1. Pengertian Kualitas

Upaya mendefinisikan kualitas pelayanan dalam sebuah organisasi jasa tentu bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Telah banyak penulis yang mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandang masing-masing. Meski demikian, dari berbagai sumber dijumpai beberapa definisi kualitas yang banyak dikutip dan diadaptasi. Definisi operasional merupakan deskripsi dalam ukuran-ukuran yang dapat dikuantifikasikan mengenai apa yang diukur dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengukurnya secara konsisten Tjiptono dalam (Sulistiyowati, 2018) Ada tiga guru besar yang mengemukakan pendapat tentang definisi kualitas, yaitu :

1. Menurut Dr. Joseph M. Juran, (2016) kualitas adalah *fitness for use*, yaitu kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (memuaskan kebutuhan konsumen). Standar kinerjanya yaitu menghindari kampanye dalam mengerjakan pekerjaan sempurna. Dalam hal ini, Juran merekomendasikan pengendalian proses statistik dengan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan manajemen umum, khususnya elemen sumber daya manusia.
2. Menurut (Crosby, 2016) kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan. Standar kinerjanya yaitu zero defect atau tingkat kesalahan nol merupakan tujuan dari kualitas. Pendekatan Crosby menaruh perhatian besar pada transformasi budaya kualitas. Crosby mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang dalam organisasi pada proses, yaitu dengan jalan menekankan kesesuaian individual terhadap persyaratan atau tuntutan. Pendekatan Crosby merupakan proses top down (Tjiptono, 1997).
3. Menurut (Taguchi,2016) kualitas adalah *loss of society*, yaitu penyimpangan dari target sebagai kerugian yang dibayar oleh konsumen. Filosofi Taguchi didasarkan pada premis bahwa biaya

dapat diturunkan dengan cara memperbaiki kualitas tersebut secara otomatis dan dapat diperbaiki dengan cara mengurangi variasi dalam suatu produk atau proses. Strategi Taguchi difokuskan pada *loss function*, yang mendefinisikan setiap penyimpangan dari target sebagai kerugian yang dibayar konsumen.

Dari beberapa definisi tersebut mengarah kepada usaha untuk memenuhi harapan konsumen. Karena konsumen adalah raja bagi para penyedia jasa. Namun seiring berjalannya waktu, perkembangan dan kemajuan teknologi, konsumen sekarang menjadi cerdas dan memiliki banyak pilihan produk dan jasa. Menurut Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2005) terdapat definisi kualitas yang cukup detail yaitu, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2.2.2. Konsep Kualitas

Keistimewaan suatu produk dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu keistimewaan langsung dan keistimewaan atraktif. Keistimewaan langsung dapat diperoleh secara langsung dengan mengkonsumsi produk yang memiliki karakteristik unggul seperti produk tanpa cacat, reliabilitas dan lain-lain, sedangkan keistimewaan atraktif berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang diperoleh secara tidak langsung dengan mengkonsumsi produk itu.

Pendekatan Dr. Joseph M. Juran terhadap perencanaan kualitas melibatkan beberapa aktivitas berikut :

1. Identifikasi pelanggan, setiap orang yang akan dipengaruhi adalah pelanggan.
2. Menciptakan kebutuhan pelanggan.
3. Menciptakan keistimewaan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
4. Menciptakan proses yang mampu menghasilkan keistimewaan produk dibawah kondisi operasi.
5. Menstransfer atau mengalihkan proses operasi.

2.2.3. Metode *Service Quality* (*Servqual*)

Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai *gap* (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima.

Menurut (Djohan, 2016) menyatakan bahwa kualitas jasa adalah perbandingan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang mereka terima, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Model *servqual* adalah alat yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988), dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa.

Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk Tjiptono dalam (Sulistiyowati, 2018).

Menurut (Irawan, 2012) mengemukakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Menjaga dan memperhatikan, bahwa pelanggan akan merasakan karyawan dan sistem operasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka.
2. Spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah, karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada, termasuk pelatihan yang diberikan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.
4. Perbaikan, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus mempunyai personel yang dapat menyiapkan usaha-usaha khusus untuk mengatasi kondisi tersebut.

2.2.4. Model dan Dimensi *Servqual*

Pada bentuk awalnya, *servqual* terdiri atas sepuluh komponen kualitas pelayanan (Gronroos, 1984). Dalam perkembangannya kemudian, kesepuluh komponen tersebut dimampatkan menjadi lima komponen, sebagai berikut :

1. *Reliability*, merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
2. *Assurance*, merupakan tenaga kerja yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
3. *Tangibles*, menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
4. *Empathy*, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.
5. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat.

Menurut (Buttle, 1996) secara lengkap, *servqual* mengukur lima gap (kesenjangan), yaitu :

1. 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.

2. Gap 2, antara persepsi manajemen tentang harapan pelanggan dan spesifikasi dari kualitas pelayanan. Gap antara persepsi manajemen atas harapan pelanggan dengan spesifikasi kualitas layanan, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.

Berikut adalah beberapa penyebab terjadinya gap seperti terlihat dalam tabel 6 berikut :

Tabel 2.7. Faktor Penyebab terjadinya Gap

Gap	Faktor Penyebab
1	1. Orientasi riset pemasaran tidak seimbang 2. Kurang komunikasi antar ke karyawan 3. Fokus yang kurang mencukupi
2	1. Tidak ada standar yang berorientasi kepada pelanggan 2. Kepemimpinan yang tidak memadai 3. Desain layanan yang tidak baik
3	1. Penyimpanan kebijakan sumber daya manusia 2. Kegagalan menyesuaikan permintaan dan penawaran 3. Pelanggan tidak memainkan peran
4	1. Manajemen harapan pelanggan yang tidak akurat 2. Janji yang berlebihan 3. Komunikasi horizontal (perusahaan-pelanggan) tidak memadai

Sumber: Zeithaml, Bitner dan Gremler, (2018)

Menurut analisis tersebut, kesenjangan pertama sampai keempat diidentikkan 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.

2.2.5. *Quality Function Deployment (QFD)*

QFD ditemukan pada akhir 1960-an di Jepang untuk mendukung proses desain produk. Itu berasal dari galangan kapal Kobe dari Mitsubishi Heavy Industry di bawah bimbingan Shiger Mizuno dan Yasushi Furukawa. QFD adalah metode untuk mengembangkan kualitas desain yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan dan kemudian menerjemahkan tuntutan pelanggan ke dalam target desain dan poin jaminan kualitas utama yang akan digunakan di seluruh tahap produksi (Prasad dan Chakraborty, 2013).

QFD merupakan pendekatan yang sistematis dalam menentukan apa yang diinginkan pelanggan dan menerjemahkan keinginan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat. QFD meliputi seluruh pelanggan dari desain produk atau produksi setelah pasar target teridentifikasi. QFD digunakan untuk memperbaiki proses perencanaan, mengatasi permasalahan dalam tim, serta membantu mengadakan perbaikan terhadap budaya perusahaan atau organisasi. Tujuan dari QFD menerjemahkan bahkan kriteria kualitas subjektif menjadi lebih obyektif yang dapat dikuantifikasi dan diukur, dan kemudian dapat digunakan untuk merancang dan memproduksi sebuah produk (Prasad dan Chakraborty, 2013). Dalam QFD, ada beberapa hal yang penting, yaitu :

1. QFD sebagai keseluruhan konsep.
2. Nilai pelanggan merupakan tuntutan dari pelanggan.
3. Product quality deployment merupakan aktivitas untuk menerjemahkan suara pelanggan.
4. Deployment of the quality function merupakan aktivitas yang diperlukan untuk menjamin bahwa tuntutan pelanggan telah terpenuhi.
5. Quality table-a serie digunakan untuk menggambarkan suara pelanggan ke dalam spesifik produk akhir.

Menurut Benner et al., (2003) manfaat utama dari QFD yaitu :

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Penurunan waktu
3. Meningkatkan komunikasi internal
4. Dokumentasi yang lebih baik
5. Menghemat biaya

Menurut Benner et al., (2003) kelemahan Quality Function Deployment

(QFD) yaitu :

1. Memerlukan keahlian spesifikasi yang beragam. Input pada VoC membutuhkan analisis pasar, penerjemah karakteristik kualitas membutuhkan keahlian perancangan, penerjemah menjadi spesifikasi teknis membutuhkan keahlian insinyur produksi.
2. Kualitas dalam pengisian matriks, terutama bila ukurannya terlalu besar. Bertambah m input pelanggan dan n karakteristik kualitas akan menambah ukuran matriks sebanyak $m \times n$, berarti ada tambahan $m \times n$ sel yang harus dipertimbangkan hubungannya.
3. Hanya merupakan alat, tidak ada alat kerangka pemecahan masalah, QFD merupakan metode yang beroperasi berdasarkan input, mengolahnya, dan mengeluarkan output tertentu. Keberhasilan alat ini ditentukan oleh kejelian melihat kontes permasalahan yang dapat dikategorikan menjadi upstream yaitu penentuan sumber input yang tepat, dan downstream yaitu tindak lanjut yang dilakukan pada output.
4. Bersifat proyek tanpa kelanjutan. Biasanya QFD hanya berupa proyek satu kali, tidak ada pembakuan institusi atau job description yang tepat bagi orang-orang yang terlibat di dalamnya.

Quality Function Deployment (QFD) terdiri dari empat fase.

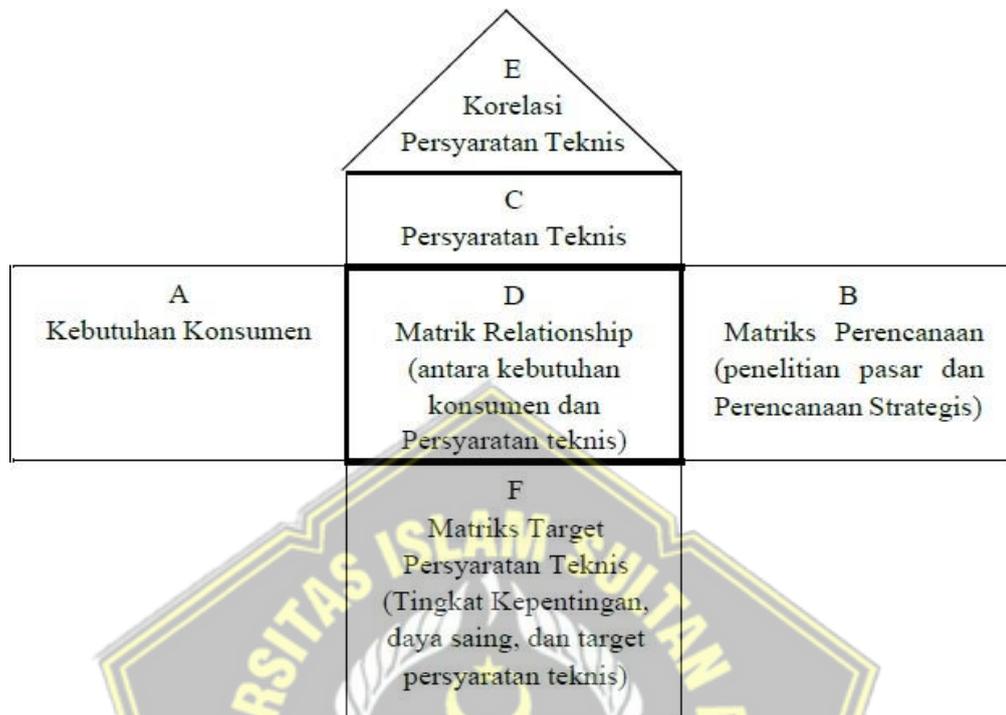
Pertama, fase desain, dimulai dengan memahami dan mengevaluasi kebutuhan pelanggan dengan berbagai metode, seperti kelompok fokus, kuesioner, wawancara mendalam, atau pengamatan pelanggan. Selanjutnya persyaratan diprioritaskan terkait kepentingannya. Pada fase

kedua, fase deskriptif, spesifikasi pelanggan dari persyaratan produk atau layanan dievaluasi. Pada fase ketiga, fase perencanaan proses, berbagai proses yang terlibat dalam menghasilkan produk atau layanan dinilai dan memilih yang paling menguntungkan. Fase keempat, fase implementasi, memberikan panduan melalui siklus pengembangan produk/layanan dari desain produk ke produksi untuk membantu menerapkan persyaratan pelanggan. Pada fase ini, solusi diimplementasikan yang membantu memenuhi persyaratan pelanggan. Dalam semua fase, keputusan didasarkan pada tingkat kepuasan pelanggan tertinggi. Oleh karena itu, salah satu keuntungan dari proses QFD adalah bahwa semua fungsi bisnis yang terlibat dalam proses fokus pada pencapaian tujuan Bersama, kepuasan pelanggan.

2.2.6. *House of Quality*

Tahap pertama QFD umumnya dikenal sebagai *house of quality* (HOQ), merupakan kepentingan mendasar dan strategis dalam sistem QFD, pada fase ini kebutuhan pelanggan akan produk yang telah diidentifikasi dan selanjutnya, memprioritaskan penggabungan untuk produksi perusahaan, diubah menjadi langkah- langkah yang tepat untuk memenuhi kebutuhan. Dengan kata lain HOQ menggabungkan antara “*voice of the customer*” dengan “*voice of the technician*”, dengan ini proses dan rencana produksi dapat dibentuk pada tahap sistem QFD lainnya. Analogi yang paling sering digunakan untuk menggambarkan struktur QFD adalah suatu matriks yang berbentuk rumah atau disebut *House of Quality*. Secara khusus, pada fase-fase QFD, HoQ (rumah berkualitas) menyediakan platform komunikasi untuk memadukan beragam pendapat diantara anggota tim lintas fungsi (Nasution, 2001).

Berikut adalah gambar dari model *House of Quality* sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model *House of Quality*

Sumber: Nasution, 2001

Keterangan :

1. Bagian A terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diperoleh dari penelitian wawancara konsumen.
2. Bagian B terdiri dari tiga jenis informasi :
 - a. Bobot kepentingan kebutuhan pelanggan.
 - b. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa.
 - c. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing.
3. Bagian C berisi persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan (matrik A).
4. Bagian D terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan

teknis (matriks C) terhadap kebutuhan pelanggan (matriks A) yang dipengaruhi. Kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu

5. Bagian E terdiri dari tiga jenis informasi yaitu:
 - a. Urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis.
 - b. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap kinerja produk atau jasa pesaing.
 - c. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.
6. Bagian F menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dengan persyaratan-persyaratan yang terdapat pada matrik C. korelasi antara dua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.

Adapun komponen detail *house of quality* adalah sebagai berikut :

- a. *What* adalah keinginan atau kebutuhan pelanggan yang ditempatkan pada bagian A pada Gambar 2.1.
- b. *Hows (technical description)* adalah kebutuhan akan desain atau “Bahasa teknis” produk atau jasa atau, cara sederhana dapat dikatakan bahwa matrik *how* merupakan jawaban yang diberikan perusahaan atau permintaan dalam matrik *what*.
- c. *Correlation matrix*, menjelaskan hubungan antara *what* dan *hows*. Korelasi ini dapat digambarkan dengan simbol kuat, cukup, dan lemah.
- d. *Correlation roof matrix* menggambarkan hubungan antara *hows*. Korelasi ini dapat dihubungkan menjadi korelasi positif dan negatif. Korelasi positif berarti antara *technical description* saling mendukung. Akan tetapi apabila korelasi negatif maka antar *technical description* saling bertentangan, sehingga perlu dicermati dalam mengimplementasikannya, agar pelanggan tidak dirugikan.

Karena mungkin kita menaikkan kualitas satu layanan tetapi justru akan menurunkan kualitas layanan yang lain.

- e. *Competitive assessment* adalah penilaian produk atau jasa perusahaan tertentu dengan milik pesaing. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan penelitian mengenai kondisi kemampuan technical description yang telah ditetapkan.
- f. *Customer requirment prioritas* adalah prioritas yang diberikan pelanggan terhadap kebutuhannya. Dalam tahap ini penghitungannya meliputi: *information to customer, target value, scale-up factor, sales point*, dan nilai *absolute weight*.

2.2.7. Penyusunan *House of Quality*

Dalam pembuatan HOQ melewati beberapa tahap. Tahapan penyusunan HOQ yaitu sebagai berikut :

1. Menyusun daftar *customer requirement (matrik whats)*.
2. Menggabungkan hubungan antara *matrik whats dan hows*.

Untuk tiap-tiap elemen dalam matrik kebutuhan pelanggan akan dicari solusi atau rekayasa teknisnya seperti langkah sebelumnya. Tetapi perlu diketahui seberapa jauh pengaruh technical description dalam menangani dan mengendalikan kebutuhan pelanggan atau pelanggan. QFD memiliki empat kemungkinan yang terjadi antara kinerja kepuasan pelanggan dan technical description, yakni :

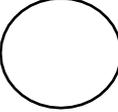
- a. Kinerja kepuasan pelanggan tidak ada hubungannya dengan *technical descriptor*.
- b. Kinerja kepuasan pelanggan mungkin ada hubungannya dengan *technical descriptors*.
- c. Kinerja kepuasan pelanggan mempunyai hubungan dengan *technical descriptors*.
- d. Kinerja kepuasan pelanggan sangat kuat hubungannya dengan *technical descriptor*.

Keempat kepuasan pelanggan dalam relation matrik ini akan menggunakan simbol-simbol untuk memudahkan visualisasi. Tingkat

hubungan antara matrik ini dinyatakan dengan symbol tertentu dengan nilai tertentu pula.

Berikut adalah *table symbol dan relationship matrik* sebagai berikut:

Tabel 2.8. Simbol dan Relationship Matrix

Simbol	Nilai Numerik	Pengertian
(Kosong)	0	Tidak ada hubungan
	1	Mungkin ada hubungan
	3	Hubungannya sedang
	9	Sangat kuat hubungannya

Sumber: Nasution, (2001)

- Menentukan hubungan antara matrik hows
Hubungan ini berfungsi memetakan interrelationship dan interdepdencis antara rekayasa teknis. Simbol yang digunakan untuk menggambarkan derajat pengaruh teknis.

Berikut adalah table derajat pengaruh teknis sebagai berikut :

Tabel 2.9. Derajat Pengaruh Teknis

Simbol	Pengertian
	Pengaruh positif sangat kuat
	Pengaruh positif sangat kuat
(Kosong)	Tidak ada pengaruh
X	Pengaruh negatif cukup kuat
	Pengaruh negatif sangat kuat

Sumber: Nasution, (2001)

- Menentukan target value
Penentuan nilai targer value dalam pengertian ini didasarkan pada pertimbangan nilai target harapan dan responden. Jika menginginkan

kebijakan pemenuhan kebutuhan pelanggan maka sebisa mungkin pihak manajemen perusahaan berusaha menghilangkan gap antara tingkat kepuasan harapan dengan tingkat kepuasan persepsi, sehingga menetapkan target value sesuai dengan nilai target harapan pelanggan. Jika tidak, perusahaan dapat mengambil penetapan target sesuai dengan kemampuan. Dalam pelaksanaannya, matrik target value, nilainya sama persis dengan nilai matrik *expected customer satisfaction*.

Setelah matrik *house of quality* terbentuk, Langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah Analisa dan interpretasi terhadap hasil-hasil yang telah didapatkan dari rumus kualitas tersebut. Kebutuhan apa yang paling diprioritaskan oleh pelanggan dan Tindakan apa yang harus diambil perusahaan dalam memenuhi permintaan atau kebutuhan tersebut yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan saat ini.

2.3. Hipotesis dan Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan hipotesa dan kerangka yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

2.3.1. Hipotesis

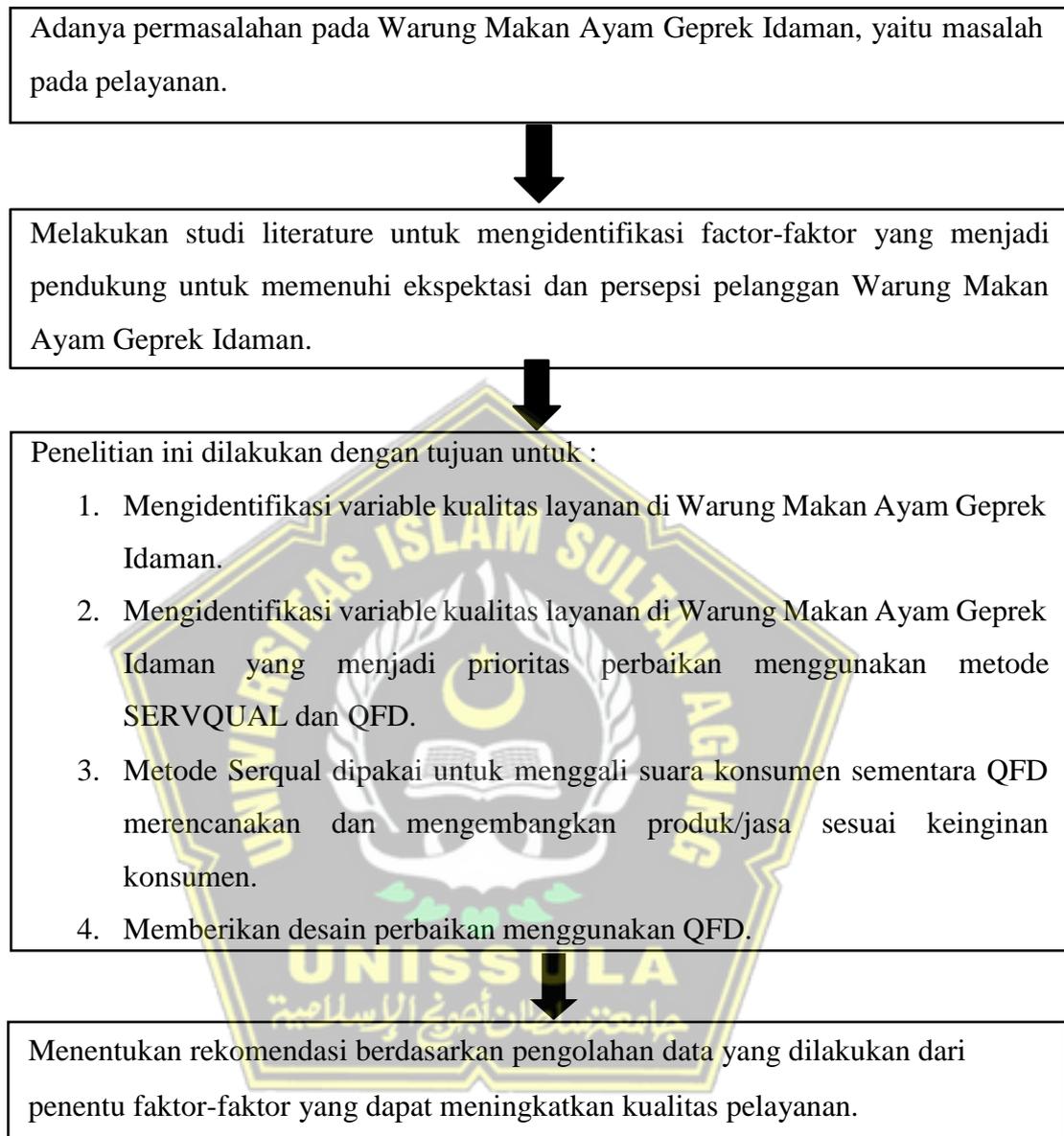
Dari literatur review yang telah dilakukan pada penelitian Bambang Jati kusuma pada tahun 2018 yang berjudul ” Studi Perbandingan Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru di kota Balikpapan dengan Metode Servqual” Permasalahan pada kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pantai manggar dapat di pecahkan dengan menggunakan metode Servqual. Sehingga permasalahan yang ada pada warung makan ayam geprek idaman Solo diharapkan juga dapat di selesaikan dengan menggunakan metode Servqual. ditambah dengan QFD dimana QFD dapat menerjemahkan bahkan kriteria kualitas subjektif menjadi lebih obyektif yang dapat di kuantifikasi dan diukur, dan kemudian dapat digunakan untuk merancang dan memproduksi sebuah produk.

2.3.2. Kerangka Teoritis

Berdasarkan studi literatur terhadap penelitian sebelumnya dan landasan teori yang telah dirangkum maka metode yang terpilih dibawah ini terbukti dapat digunakan sebagai metode pada Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo. Kerangka pemikiran penelitian ini yaitu memaksimalkan kepuasan pelanggan, agar perusahaan dapat memenuhi ekspektasi dan persepsi pelanggan maka perlu dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang berperan penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah Service Quality (Servqual) dengan mengintegrasikan dengan metode Quality Function Deployment (QFD) agar proses perencanaan dan pengembangan produk jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Berikut ini adalah skema dari kerangka berpikir.



Berikut adalah gambar kerangka teoritis sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi-informasi yang diperlukan untuk memenuhi penelitian ini yang diambil secara langsung pada warung makan ayam geprek idaman. Dalam penelitian yang dilakukan, pengumpulan data yang menunjang penelitian ini melalui wawancara dan pengamatan langsung dengan konsumen khususnya pada pelayanan warung makan ayam geprek idaman.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Berikut merupakan tahap pengumpulan data yang diperlukan guna menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini :

1. **Observasi**

Tahap observasi merupakan tahap pengumpulan data dimana peneliti mendatangi langsung dan melakukan pengamatan pada Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo.

2. **Studi Literatur**

Pada tahap studi literatur, peneliti mengumpulkan beberapa referensi dari peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan

3. **Wawancara**

Tahap pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau dialog langsung dengan pemilik atau pembeli pada Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo. yang dapat membantu dan memberikan penjelasan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Peneliti melakukan wawancara langsung pada pemilik Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo.

4. Pengisian Kuisisioner

Tahap kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada responden.

3.3. Pengujian Hipotesa

Pada hipotesa awal menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode Servqual. Sehingga permasalahan yang ada pada warung makan ayam geprek idaman Solo diharapkan juga dapat di selesaikan dengan menggunakan metode Servqual. ditambah dengan QFD dimana QFD dapat menerjemahkan bahkan kriteria kualitas subjektif menjadi lebih obyektif yang dapat dikuantifikasi dan diukur, dan kemudian dapat digunakan untuk merancang dan memproduksi sebuah produk.

3.4. Metode Analisis

Metode analisis merupakan tahapan dalam proses penelitian setelah data dikumpulkan untuk menanggapi perumusan masalah. Dalam penelitian ini, metode analisis penelitian yang dilakukan mulai dari awal yaitu dari pengolahan data.

3.5. Pembahasan

Dalam penelitian ini, pembahasan penelitian berhubungan dengan bagian kerangka teoritis, sistematika penulisan, dan pertanyaan penelitian. Tahap ini merupakan jawaban pertanyaan dari penelitian. Pembahasan ini yaitu pembahasan metode Servqual dan QFD.

3.6. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir penelitian ini adalah penarikan kesimpulan atas keseluruhan hasil yang diperoleh dari langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban dari permasalahan yang ada. Selain itu juga akan diberikan saran sebagai

masukannya atau rekomendasi perbaikan yang akan bermanfaat bagi warung makan ayam geprek idaman tersebut.

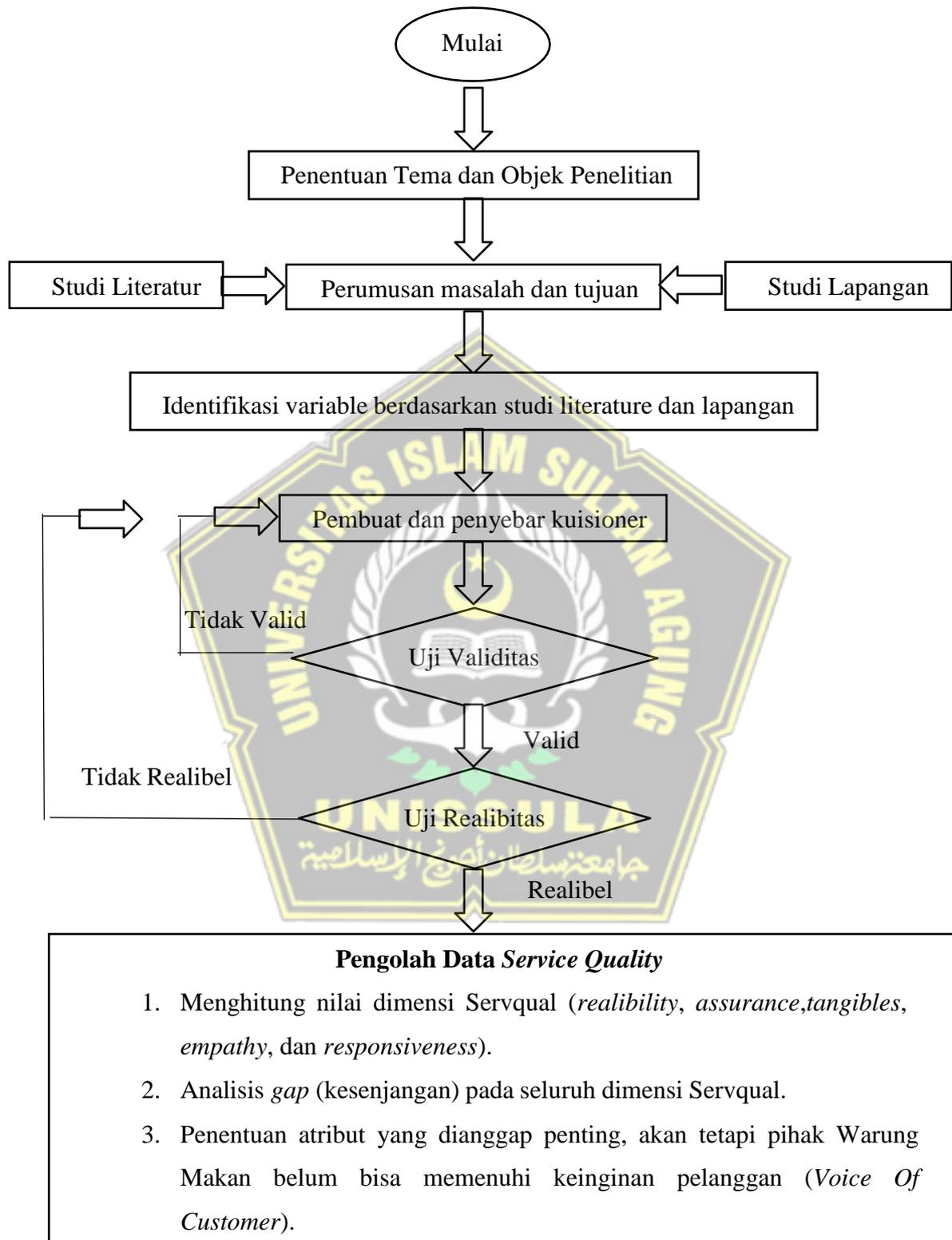
3.7. Diagram Alir

Pembuatan diagram alir dalam penelitian ini berguna sebagai rencana tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian, dimulai dari awal penelitian sampai akhir dari penelitian.

Berikut adalah merupakan diagram alir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Berikut adalah merupakan diagram alir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Deskripsi Ayam Geprek Idaman Solo

Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo yang bergerak dalam bidang kuliner ayam goreng berlokasi pada Jl.Pucangan, Dusun IV, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Warung makan ayam geprek berdiri pada tanggal 15 maret tahun 2018. Warung makan ayam geprek idaman solo memiliki jumlah karyawan 8. Upaya untuk warung makan ayam geprek mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing lainnya yaitu dengan menjaga kualitas makanan dan juga pelayanan yang baik harus di pertahankan agar mampu bersaing dengan pesaing-pesaing lainnya.

4.1.2. Penyusunan Kuisisioner Penelitian

Dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan pada tanggal 12 agustus 2023, dimana dilakukan survei kepada pelanggan yang datang sebanyak 10 pelanggan yang datang, beberapa pelanggan juga menyatakan rasa makanan tidak sesuai yang apa mereka harapkan. Melalui penelitian ini maka bisa diketahui atribut kualitas pelayanan pelanggan untuk menjadi acuan kuisisioner dimana setiap atribut dinilai dari sangat tidak puas (STP) bernilai 1 poin, tidak puas (TP) 2 poin, cukup puas (C) 3 poin, puas (P) 4 poin dan sangat puas (SP) 5 poin.

Tabel 4.1. Kuisisioner Penelitian

No	Atribut kualitas Pelayanan	STP	TP	C	P	SP
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan					
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan					
3	Pelayan selalu bersih dan rapi					
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai					
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan					
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan					
7	Menu yang disajikan selalu tepat					
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)					
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat					

10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar					
----	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Geprek Idaman Solo Dengan Menggunakan Metode Servqual terdapat kuisioner di atas untuk mengetahui data tingkat kepuasan pelanggan dan untuk dapat diuji dengan metode servqual dan QFD.

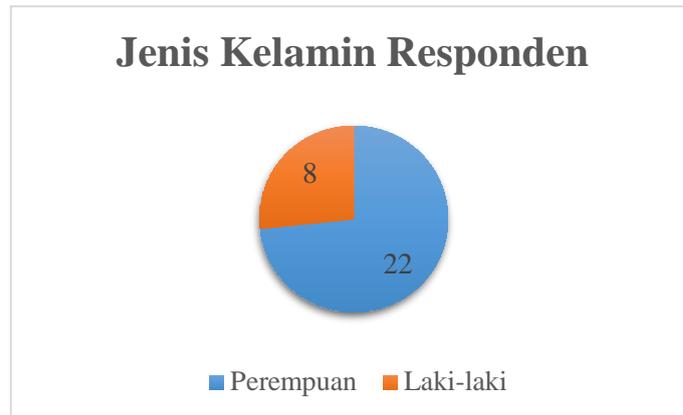


4.1.3. Karakteristik Konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan pada tanggal 10 Maret 2024, dimana dilakukan survei kepada pelanggan yang datang sebanyak 30 pelanggan yang datang, dimana sebagian besar orang tersebut telah makan 10 kali disana dengan gender dan umur yang variatif.

Tabel 4.2. Karakteristik Responden

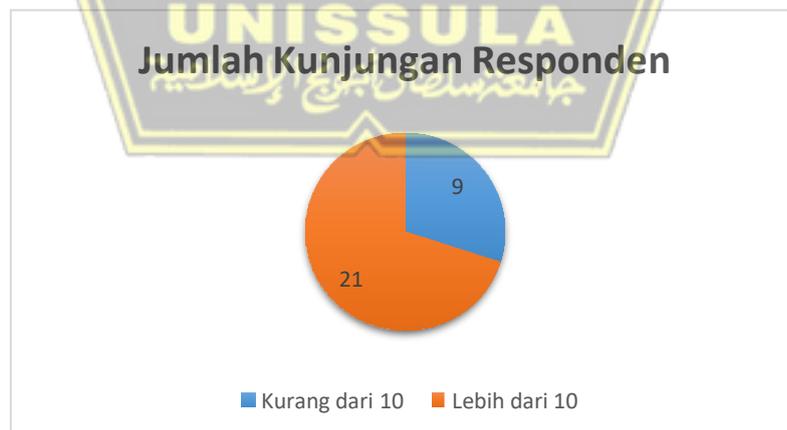
No. Resp	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Jumlah Kunjungan
1.	Perempuan	22	Lebih dari 10
2.	Perempuan	21	Kurang dari 10
3.	Perempuan	23	Kurang dari 10
4.	Perempuan	18	Lebih dari 10
5.	Laki-laki	31	Lebih dari 10
6.	Perempuan	25	Lebih dari 10
7.	Perempuan	19	Lebih dari 10
8.	Perempuan	20	Lebih dari 10
9.	Perempuan	19	Kurang dari 10
10.	Perempuan	18	Lebih dari 10
11.	Perempuan	18	Lebih dari 10
12.	Perempuan	19	Lebih dari 10
13.	Perempuan	17	Lebih dari 10
14.	Laki-laki	21	Kurang dari 10
15.	Laki-laki	24	Lebih dari 10
16.	Laki-laki	18	Lebih dari 10
17.	Perempuan	17	Kurang dari 10
18.	Laki-laki	23	Kurang dari 10
19.	Laki-laki	19	Lebih dari 10
20.	Perempuan	14	Kurang dari 10
21.	Perempuan	14	Kurang dari 10
22.	Perempuan	17	Lebih dari 10
23.	Perempuan	17	Kurang dari 10
24.	Perempuan	22	Lebih dari 10
25.	Laki-laki	20	Lebih dari 10
26.	Perempuan	17	Kurang dari 10
27.	Perempuan	21	Lebih dari 10
28.	Perempuan	17	Kurang dari 10
29.	Perempuan	21	Lebih dari 10
30.	Laki-laki	22	Lebih dari 10



Gambar 4.1. Diagram Jenis Kelamin Responden



Gambar 4.2. Diagram Umur Responden



Gambar 4.3. Diagram Jumlah Kunjungan Responden

Diatas merupakan tabel dan gambar dari karakteristik pelanggan yang di wawancara serta mengisi kuisioner.

4.1.4. Rekapitulasi Penilaian Konsumen

Rekapitulasi nilai kuesioner diperoleh dari nilai rata-rata responden pada setiap variabel. Perhitungan penilaian konsumen dilakukan dengan cara:

$$\text{Penilaian Konsumen} = \frac{\text{NR1}+\text{NR2}+\text{NR3}+\text{NR4}+\text{NR5}+\text{NR6}+\text{NR7}+\text{NR8}+\dots+\text{NR30}}{30}$$

Perhitungan nilai tingkat kepentingan, ekspektasi dan persepsi pada data pelanggan yang mengisi kuesioner selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.3. Hasil kuisioner penelitian

HARAPAN										
Responden	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10
1	4	3	4	4	5	5	3	4	4	3
2	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3
3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	3	3	5	4	3	3	3	5	5	3
6	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5
7	5	3	3	4	3	5	3	5	5	4
8	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
9	3	3	4	4	3	3	4	4	4	5
10	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
11	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4
12	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4
13	3	5	4	3	4	3	5	5	5	4
14	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3
15	4	5	5	4	4	5	3	3	4	3
16	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
17	3	3	4	4	4	3	3	5	5	3
18	4	3	5	3	4	4	3	5	3	3
19	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
20	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
21	3	3	3	4	4	5	4	5	4	3
22	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3
23	3	3	5	5	5	4	5	3	3	4
24	5	4	5	3	3	4	3	3	5	3

25	5	3	5	3	4	3	5	4	3	3
26	4	5	3	3	4	4	3	3	5	3
27	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
28	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3
30	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
Total	118	121	130	119	125	125	116	119	125	110
Rata-rata	3,93	4,03	4,33	3,97	4,17	4,17	3,87	3,97	4,17	3,67
PERSEPSI										
Responden	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10
1	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3
2	3	5	3	5	5	4	3	3	4	3
3	4	5	3	5	3	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	3	5	5	5	5	4	3	5	3	3
6	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5
7	4	5	3	4	5	5	3	4	5	4
8	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4
9	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3
10	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
11	5	3	5	4	4	3	3	4	4	4
12	5	4	5	4	4	5	3	4	3	5
13	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5
14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	3	5	5	3	3	5	4	5
16	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
17	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5
18	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5
19	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
20	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
21	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5
22	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5
23	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4
24	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
25	5	3	5	3	5	5	5	5	3	5
26	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5

29	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3
30	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
Total	134	136	130	135	130	125	123	136	128	129
Rata-rata	4,47	4,53	4,33	4,50	4,33	4,17	4,10	4,53	4,27	4,30

Diatas merupakan tabel hasil dari wawancara kuisioner penelitian meliputi persepsi, harapan, dan tingkat kepentingan dari pelanggan ayam geprek idaman.

Tabel 4.4 Validitas Data

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	10	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	10	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Diatas merupakan hasil uji validitas data dimana rekapitulasi data secara detail penulis lampirkan dilampiran.

Tabel 4.5. Reliabilitas Data

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,527	30

Diatas merupakan hasil uji reliabilitas data dimana rekapitulasi data secara detail penulis lampirkan dilampiran.

Tabel 4.6. Rekapitulasi Penilaian Konsumen

No	Item	Harapan	Persepsi	Kepentingan
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	3,97	4,47	4,47
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	4,03	4,53	4,53
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	4,33	4,33	4,33
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	3,97	4,50	4,50
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	4,17	4,33	4,33
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	4,17	4,17	4,17

7	Menu yang disajikan selalu tepat	3,87	4,10	4,10
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	3,97	4,53	4,53
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	4,17	4,27	4,27
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	3,67	4,30	4,30
Jumlah		40,32	43,53	43,53
Rata-Rata		4,03	4,35	4,35

Diatas merupakan rekapitulasi hasil wawancara dari kuisisioner ke 30 pelanggan ayam geprek idaman baik persepsi, harapan, dan kepentingan yang telah diuji validitas dan reliabilitas datanya.

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Metode Servqual

Penilaian kualitas jasa dilakukan dengan cara membandingkan nilai kualitas jasa yang diharapkan dengan kualitas jasa yang diterima. Ketidakpuasan disebabkan karena jasa yang diterima oleh pelanggan kurang dari ekspektasi yang diharapkan, ketidakpuasan itu pun dapat menyebabkan gap, semakin tinggi gap antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, maka konsumen merasa semakin tidak puas. Perhitungan skor servqual dalam penelitian ini menggunakan gap 5 yang diperoleh dengan menghitung selisih antara persepsi dan harapan pelanggan untuk setiap variabel. Hasil perhitungan servqual dari skor selisih Gap disajikan pada Tabel 4.4 Nilai Servqual Gap 5 adalah

Contoh:

$$\text{Skor Gap} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

$$= 3,97 - 4,47$$

$$= 0,50$$

Tabel 4.7 Nilai Servqual Gap 5

Item	Dimensi	Harapan	Persepsi	Skor Gap
1	keandalan	3,97	4,47	0,50
2	perhatian	4,03	4,53	0,50
3	daya tanggap	4,33	4,33	0,00
4	bukti fisik	3,97	4,50	0,53
5	daya tanggap	4,17	4,33	0,16
6	perhatian	4,17	4,17	0,00
7	jaminan	3,87	4,10	0,23

8	bukti fisik	3,97	4,53	0,56
9	keandalan	4,17	4,27	0,10
10	jaminan	3,67	4,30	0,63

Diatas merupakan hasil perhitungan servqual dari skor selisih Gap yang didapat. Item atribut nomer satu skor gap 0,5, nomer 2 skor gap 0,5, nomer 3 skor gap 0,0, nomer 4 skor gap 0,53, nomer 5 skor gap 0,16, nomer 6 skor gap 0,0, nomer 7 skor gap 0,23, nomer 8 skor gap 0,56, nomer 9 skor gap 0,1, dan terakhir atribut nomer 10 memiliki skor gap 0,63. Dari hasil skor gap dapat terlihat ada 2 item atribut yang skornya rendah yaitu 0,0 pada nomer 3 dan 6, walaupun tidak negatif atau dibawah nol namun item tersebut perlu dibahas dikarenakan memiliki skor gap yang rendah sehingga perlu saran perbaikan.

4.2.2. Metode QFD

Quality Function Deployment (QFD) terdiri dari empat fase. Pertama, fase desain, dimulai dengan memahami dan mengevaluasi kebutuhan pelanggan dengan berbagai metode, seperti kelompok fokus, kuesioner, wawancara mendalam, atau pengamatan pelanggan. Selanjutnya persyaratan diprioritaskan terkait kepentingannya. Pada fase kedua, fase deskriptif, spesifikasi pelanggan dari persyaratan produk atau layanan dievaluasi. Pada fase ketiga, fase perencanaan proses, berbagai proses yang terlibat dalam menghasilkan produk atau layanan dinilai dan memilih yang paling menguntungkan. Fase keempat, fase implementasi, memberikan panduan melalui siklus pengembangan produk/layanan dari desain produk ke produksi untuk membantu menerapkan persyaratan pelanggan. Pada fase ini, solusi diimplementasikan yang membantu memenuhi persyaratan pelanggan. Dalam semua fase, keputusan didasarkan pada tingkat kepuasan pelanggan tertinggi. Oleh karena itu, salah satu keuntungan dari proses QFD adalah bahwa semua fungsi bisnis yang terlibat dalam proses fokus pada pencapaian tujuan Bersama, kepuasan pelanggan.

4.2.2.1. Penyusunan Model *House of Quality*

Pada tahap ini akan dilakukan perhitungan komponen-komponen penyusun HOQ, namun hanya bagi atribut layanan yang mendapat prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya. Komponen-komponen penyusun HOQ adalah sebagai berikut:

1. *Customer Needs*

Berikut merupakan *customer needs* yang didapatkan:

- a. Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan
- b. Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan
- c. Pelayan selalu bersih dan rapi
- d. Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai
- e. Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan
- f. Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan
- g. Menu yang disajikan selalu tepat
- h. Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)
- i. Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat
- j. Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar

2. *Planning Matrix*

Planning Matrix merupakan rekapitulasi dari seluruh bagian data yang terdiri dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Berikut merupakan persamaan yang dapat digunakan untuk memenuhi perhitungan *planning matrix*:

a. *Importance to Customer*

Importance to Customer merupakan tingkat kepentingan yang dimiliki oleh customer. Berikut merupakan tabel tingkat kepentingan yang didapatkan dari hasil rekapitulasi kepentingan konsumen.

Tabel 4.8 Tingkat kepentingan konsumen

No	Atribut kualitas Pelayanan	Tingkat Kepentingan
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	4,47
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	4,53
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	4,33
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	4,50
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	4,33
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	4,17
7	Menu yang disajikan selalu tepat	4,10
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	4,53

9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	4,27
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	4,30

Customer Satisfaction Performance

Customer Satisfaction Performance merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap pelayanan yang ada pada Warung Ayam Geprek. Berikut merupakan tabel tingkat kepuasan konsumen yang didapatkan dari hasil rekapitulasi penilaian persepsi responden.

Tabel 4.9 Tingkat kepuasan konsumen

No	Atribut kualitas Pelayanan	Tingkat Kepuasan
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	4,47
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	4,53
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	4,33
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	4,50
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	4,33
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	4,17
7	Menu yang disajikan selalu tepat	4,10
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	4,53
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	4,27
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	4,30

b. Goal

Goal merupakan nilai tujuan yang ditetapkan manajemen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Goal digambarkan dalam skala yang sama dengan tingkat kepuasan yaitu nilai goal \geq nilai tingkat kepuasan (nilai 5).

c. Improvement Ratio

Improvement Ratio merupakan perhitungan perubahan rasio yang diketahui dari hasil pembagian *goal* dengan *current satisfaction performance*. Berikut merupakan rumus dari *improvement ratio*:

$$IR = \text{Goal} / \text{Current Satisfaction Performance}$$

Contoh

$$\begin{aligned} IR &= \text{Goal} / \text{Current Satisfaction Performance} \\ &= 5 / 4,47 \\ &= 1,12 \end{aligned}$$

1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	4,47	4,47	5	1,12	1,50	7,5	0,1
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	4,53	4,53	5	1,10	1,50	7,5	0,1
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	4,33	4,33	5	1,15	1,50	7,5	0,1
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	4,50	4,50	5	1,11	1,50	7,5	0,1
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	4,33	4,33	5	1,15	1,50	7,5	0,1
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	4,17	4,17	5	1,20	1,50	7,5	0,1
7	Menu yang disajikan selalu tepat	4,10	4,10	5	1,22	1,50	7,5	0,1
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	4,53	4,53	5	1,10	1,50	7,5	0,1
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	4,27	4,27	5	1,17	1,50	7,5	0,1
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	4,30	4,30	5	1,16	1,50	7,5	0,1
Total		43,53	43,53	50,00	11,50	15,00	75,00	1,00

3. *Technical Response*

Technical requirement disusun berdasarkan *Voice of Engineer (VOE)* yang merupakan kemampuan teknis yang dimiliki oleh Warung Ayam Geprek untuk dapat memenuhi permintaan pelanggan. *VOE* didapatkan dari hasil diskusi dan persetujuan dari pihak Warung Ayam Geprek. Berikut merupakan tabel *technical response* dari Warung Ayam Geprek.

Tabel 4.11 *Technical Response*

No	<i>Voice of Customers</i>	<i>Voice of Engineers (Technical Response)</i>
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	Membuat SOP baru tentang prioritas terhadap <i>customer</i>
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	Menjaga etika pelayanan
		Memberikan pelatihan mengenai <i>customer service</i>
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai	Meningkatkan ketersediaan toilet
		Menambah Fasilitas kipas angin
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan	Menjaga kualitas dalam pelayanan
7	Menu yang disajikan selalu tepat sesuai pesanan	Meningkatkan konsentrasi pegawai dalam menyajikan pesanan dan pencatatan yang rapi
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)	Meningkatkan pembayaran melalui dompet digital (DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, dll)

9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	Meningkatkan kehandalan karyawan
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar	Meningkatkan ketelitian karyawan

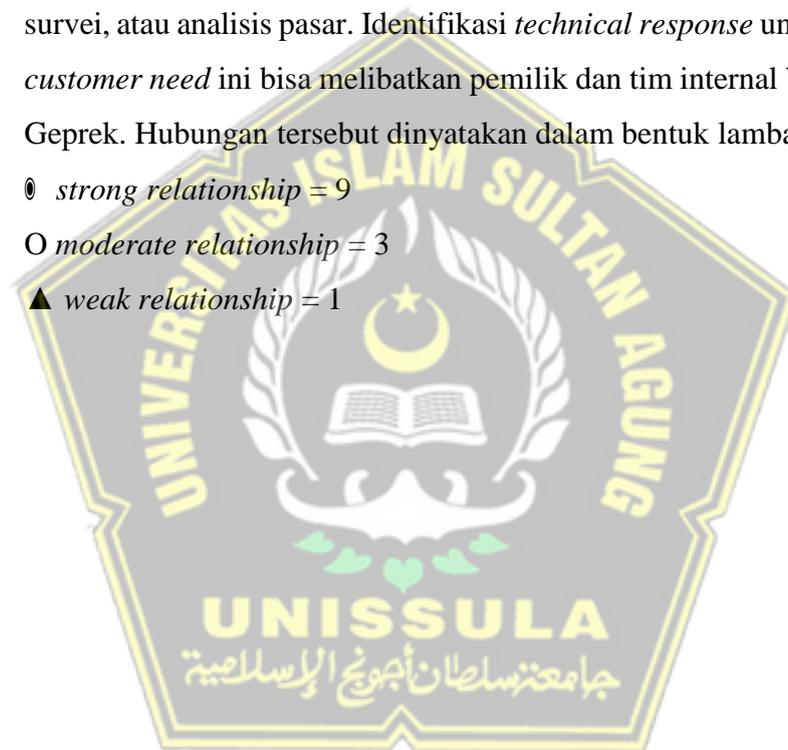
4. *Relationship*

Nilai *relationship* menunjukkan hubungan antara *customer need* dengan *technical response*, yang mana hubungan tersebut dinyatakan dengan kuat, sedang, dan lemah. Mengidentifikasi *customer need* terkait produk atau layanan yang sedang dikembangkan. Ini bisa didapat melalui wawancara, survei, atau analisis pasar. Identifikasi *technical response* untuk memenuhi *customer need* ini bisa melibatkan pemilik dan tim internal Warung Ayam Geprek. Hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk lambang yaitu:

⦿ *strong relationship* = 9

O *moderate relationship* = 3

▲ *weak relationship* = 1



Tabel 4.12 Relationship

No	Kebutuhan konsumen	Membuat SOP baru tentang prioritas terhadap <i>customer</i>	Menjaga etika pelayanan	Memberikan pelatihan mengenai <i>customer service</i>	Meningkatkan ketersediaan toilet	Menambah Fasilitas kipas angin	Menjaga kualitas dalam pelayanan	Mempertahankan kualitas cita rasa	Meningkatkan pembayaran melalui dompet digital (DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, dll)	Meningkatkan kehandalan karyawan	Meningkatkan ketelitian karyawan
1	Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	0					O				
2	Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan		0			O	O				
3	Pelayan selalu bersih dan rapi	O		0							
4	Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai			O	0						
5	Pelayan selalu bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan					0	O				
6	Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan		▲				0	O			
7	Menu yang disajikan selalu tepat							0	O		
8	Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)						O	0			
9	Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat	O							0		
10	Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar								O	O	

5. *Technical Correlations*

Technical correlations menjelaskan hubungan antara *technical response*. Hubungan ini perlu diperhatikan karena ada kemungkinan respon teknis satu dengan lain mempunyai hubungan saling menunjang, atau sebaliknya respon teknis yang satu dapat menghambat respon teknis lain, sehingga pelaksanaannya harus lebih diperhatikan lagi.

6. *Technical Matrix*

Technical matrix yang ditunjukkan pada tabel terdiri dari tiga informasi. Nilai *importance* yang tinggi menunjukkan bahwa respon teknis tersebut akan memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan kualitas layanan. Respon teknis dengan nilai absolute importance yang tinggi akan diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitas layanannya. Pada HOQ data-data ini diletakkan pada bagian bawah. Berikut merupakan data *technical matrix*.

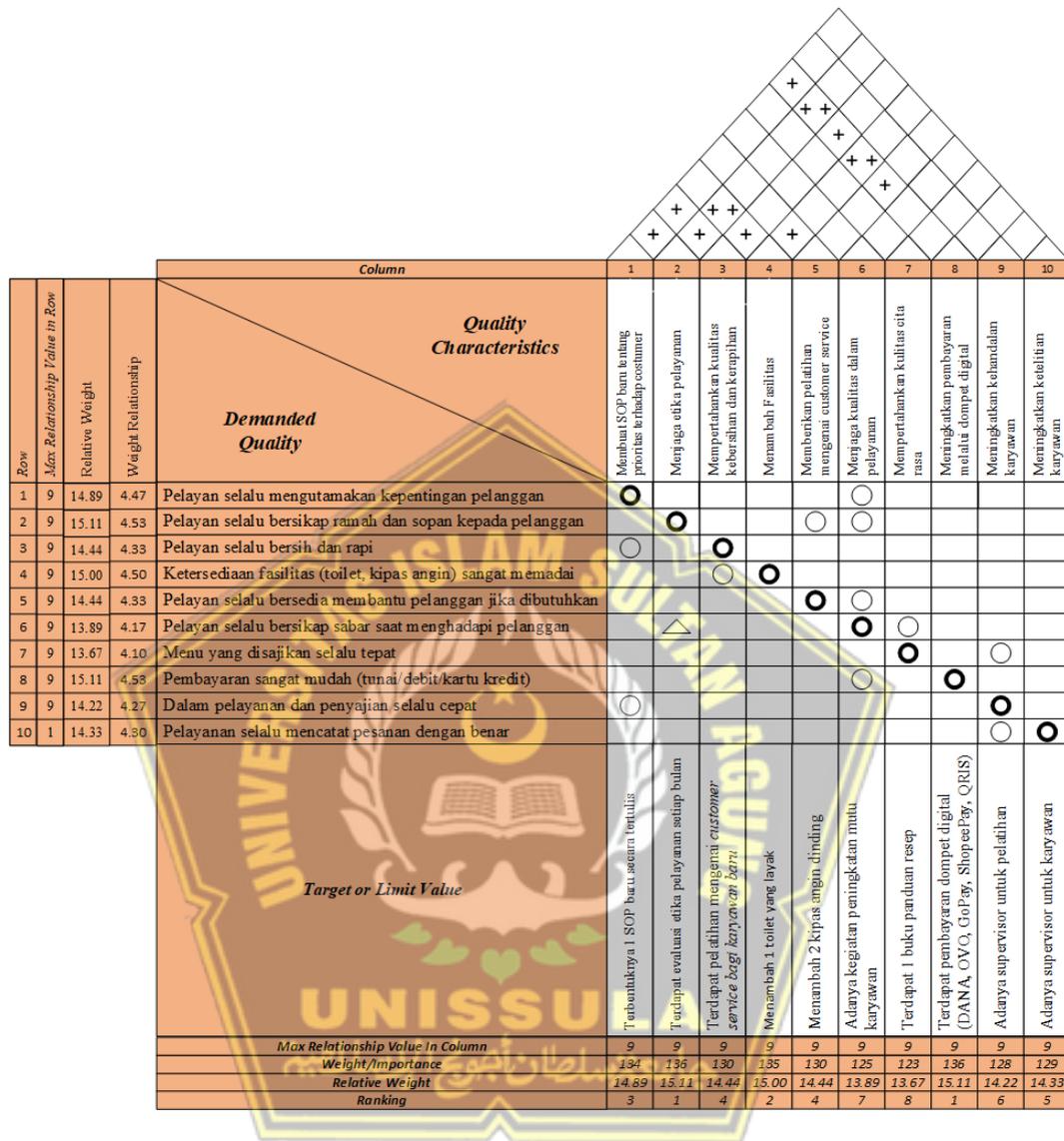
Tabel 4.13 *Technical Matrix*

No.	Technical Response	Absolute Importance	Relative Weight / Importance	Target
1	Membuat SOP baru tentang prioritas terhadap <i>customer</i>	134	14,89	Terbentuknya 1 SOP baru secara tertulis
2	Menjaga etika pelayanan	136	15,11	Terdapat evaluasi etika pelayanan setiap bulan
3	Memberikan pelatihan mengenai <i>customer service</i>	130	14,44	Terdapat pelatihan mengenai <i>customer service</i> bagi karyawan baru
4	Meningkatkan ketersediaan toilet	135	15,00	Menambah 1 toilet yang layak
5	Menambah Fasilitas kipas angin	130	14,44	Menambah 2 kipas angin dinding
6	Menjaga kualitas dalam pelayanan	125	13,89	Adanya kegiatan peningkatan mutu karyawan

7	Mempertahankan kualitas cita rasa	123	13,67	Terdapat 1 buku panduan resep
8	Meningkatkan pembayaran melalui dompet digital	136	15,11	Terdapat pembayaran dompet digital (DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, QRIS)
9	Meningkatkan kehandalan karyawan	128	14,22	Adanya supervisor untuk pelatihan
10	Meningkatkan ketelitian karyawan	129	14,33	Adanya supervisor untuk karyawan



4.2.2.2. House of Quality



Gambar 4.4. House of Quality

4.3. Analisa dan Interpretasi

4.3.1. Analisis Servqual

Berdasarkan Tabel 4.4. Nilai Servqual Gap 5 tersebut menunjukkan bahwa kinerja Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo secara rata-rata lebih dari harapan pelanggan, tetapi perbedaannya tidak begitu jauh (skor harapan rata-rata dibandingkan persepsinya yaitu $4,03 < 4,35$). Hasil Perhitungan Servqual dimana terdapat nilai servqual yang 0,00 sebanyak 2 variabel. Kriteria yang harus ditingkatkan kualitas pelayannya adalah kebersihan dan kerapian dari karyawan Warung Makan Ayam Geprek Idaman Solo supaya pelayan lebih bersih dan rapi, serta melayani pelanggan dengan lebih sabar.

4.3.2. Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode QFD

4.3.2.1. Analisis *House of Quality*

Pada sub-bab analisis *House of Quality* ini akan dijelaskan terkait analisis *voice of customer*, analisis *voice of engineer* dan analisis perbaikan kualitas pelayanan.

4.3.2.2. Analisis *Voice of Customer*

Hasil rekapitulasi kuesioner merupakan dasar penentuan keinginan konsumen. Pada hasil tersebut didapatkan 10 atribut keinginan pelanggan. Kemudian dilakukan perhitungan untuk mengetahui variabel yang diprioritaskan menggunakan diagram kartesius yang menghasilkan 10 variabel untuk *voice of customer* pada QFD dalam model HOQ. Berikut merupakan 10 atribut VOC tersebut:

- a. Pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan
- b. Pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan
- c. Ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai
- d. Pelayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan
- e. Menu yang disajikan selalu tepat
- f. Pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit)
- g. Dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat
- h. Pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar

4.3.2.3. Analisis Voice of Engineer

1. Strong Positive (++)

- a. Menjaga etika pelayanan berhubungan sangat positif dengan memberikan pelatihan mengenai *costumer service*, sehingga karyawan diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan cara yang baik dan sopan kepada pelanggan.
- b. Menambah fasilitas berupa toilet berhubungan sangat positif untuk pelanggan dengan membangun satu toilet baru untuk kenyamanan pelanggan.
- c. Meningkatkan pembayaran dengan dompet digital berhubungan sangat positif dengan mempermudah pelanggan dalam pembayaran dimana penambahan pembayaran dompet digital (QRIS) seperti DANA, OVO, GoPay atau ShopeePay membantu efektivitas waktu pembayaran.

2. Positive (+)

- a. Memberikan pelatihan mengenai *customer service* berhubungan cukup positif dengan menjaga kualitas dalam pelayanan agar karyawan memahami bagaimana menghadapi pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Membuat SOP baru tentang prioritas terhadap *customer* berhubungan cukup positif dengan meningkatkan kehandalan karyawan, sehingga proses antara karyawan dan pelanggan dalam pelayanan berjalan lebih lancar.
- c. Membuat SOP baru tentang prioritas terhadap *customer* berhubungan cukup positif dengan meningkatkan ketelitian karyawan, sehingga dalam pencatatan setiap transaksi dan kebutuhan lebih diperhatikan.
- d. Mempertahankan kualitas kebersihan kerapian berhubungan cukup positif dengan menambah fasilitas, sehingga kenyamanan pelanggan dapat terjamin baik.

- e. Memberikan pelatihan mengenai *costumer service* berhubungan cukup positif dengan meningkatkan pembiayaan melalui dompet digital, sehingga lebih memudahkan pelanggan dalam berbagai metode pembayaran selain tunai.

4.3.2.4. Analisis Customer Rating

1. Tingkat kepuasan pada atribut pelayan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan adalah 4,47 dengan *goal* sebesar 5.
2. Tingkat kepuasan pada atribut pelayan selalu bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan adalah 4,53 dengan *goal* sebesar 5.
3. Tingkat kepuasan pada atribut ketersediaan fasilitas (toilet, kipas angin) sangat memadai adalah 4,33 dengan *goal* sebesar 5.
4. Tingkat kepuasan pada atribut elayan selalu bersikap sabar saat menghadapi pelanggan adalah 4,50 dengan *goal* sebesar 5.
5. Tingkat kepuasan pada atribut menu yang disajikan selalu tepat adalah 4,33 dengan *goal* sebesar 5.
6. Tingkat kepuasan pada atribut pembayaran sangat mudah (tunai/debit/kartu kredit) adalah 4,17 dengan *goal* sebesar 5.
7. Tingkat kepuasan pada atribut dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat adalah 4,10 dengan *goal* sebesar 5.
8. Tingkat kepuasan pada atribut pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar adalah 4,53 dengan *goal* sebesar 10.
9. Tingkat kepuasan pada atribut dalam pelayanan dan penyajian selalu cepat adalah 4,27 dengan *goal* sebesar 5.
10. Tingkat kepuasan pada atribut dalam pelayanan selalu mencatat pesanan dengan benar adalah 4,30 dengan *goal* sebesar 5.

4.3.2.5. Analisis Perbaikan

Berdasarkan *Voice of Engineer* dari *House of Quality* dapat diketahui perbaikan yang diprioritaskan untuk dilakukan yaitu:

1. Menjaga etika pelayanan berhubungan sangat positif dengan memberikan pelatihan mengenai customer service, sehingga karyawan diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan cara yang baik dan sopan kepada pelanggan. Pihak pengelola Warung Ayam Geprek akan mengadakan evaluasi etika pelayanan setiap bulannya.
2. Menambah fasilitas berupa toilet berhubungan sangat positif untuk pelanggan dengan membangun satu toilet baru untuk kenyamanan pelanggan.
3. Meningkatkan pembayaran dengan dompet digital berhubungan sangat positif dengan mempermudah pelanggan dalam pembayaran dimana penambahan pembayaran dompet digital (QRIS) seperti DANA, OVO, GoPay atau ShopeePay membantu efektivitas waktu pembayaran merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pemilik usaha ini.
4. Kedepannya membentuk SOP baru secara tertulis, pelatihan *customer service* bagi karyawan baru, menambah fasilitas 2 kipas angin dinding juga merupakan langkah yang cukup penting untuk dilakukan pemilik usaha setelah poin-poin di atas.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka didapat kesimpulan berikut ini:

1. Rumah Ayam Geprek Idaman Solo tergolong cukup baik secara usaha, namun dari total 10 atribut pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang diteliti terdapat 2 atribut yang harus diperbaiki.
2. Mengetahui prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan yakni dengan metode servqual, yang dimana skor servqual gap 0 dari penelitian ada dalam aspek menjaga etika pelayanan dan pembayaran melalui dompet digital.
3. Berdasarkan analisis *Quality Function Development* (QFD) yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harus segera melakukan perbaikan berupa Menambah fasilitas yang utama dibutuhkan seperti toilet dan kipas angin dapat menunjang dalam keberlangsungan usaha ini serta membuat pelanggan memiliki kenyamanan saat berada di warung makan. Meningkatkan ketelitian karyawan perlu diperhatikan kembali agar tidak ada kesalahan yang terus berulang mengenai hal berhubungan dalam pelayanan kepada pelanggan maupun SOP di warung makan tersebut.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan, mengenai kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pemilik usaha yakni meningkatkan etika karyawan meningkatkan hubungan baik antara pelanggan dan pelayan atau karyawan. Meningkatkan pembayaran melalui dompet digital dapat memudahkan dalam sistem pembayaran pelanggan selain tunai, serta lebih mudah dalam pencatatan. Menambah fasilitas yang utama dibutuhkan seperti toilet dan

kipas angin dapat menunjang dalam keberlangsungan usaha ini serta membuat pelanggan memiliki kenyamanan saat berada di warung makan. Meningkatkan ketelitian karyawan perlu diperhatikan kembali agar tidak ada kesalahan yang terus berulang mengenai hal berhubungan dalam pelayanan kepada pelanggan maupun SOP di warung makan tersebut. Memberikan pelatihan mengenai customer service secara berkala menjadi salah satu hal yang diperlukan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan antara karyawan dengan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, H. S. (2012, September). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Pekerjaan Reparasi Kapal dengan Metode Quality Function Deployment(QFD). *Jurnal Teknik Its, I(1)*, 297-302.
- Angelia Gabriela Sampelan, S. G. (2015, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal Emba, III(3)*, 170-179.
- Aulia Bayu Yushila, M. E. (2017, Agustus). Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Metode Fuzzy-Servqual Dan Quality Function Deployment. *Jurnal TeknologiPertanian, XVIII(2)*, 107-118.
- Bambang Jati Kusuma, S. K. (2018, Februari). Studi Perbandingan Kualitas Layanan Pantai Manggar dan Lamaru di Kota Balikpapan dengan Metode Servqual. *Jshp, III(1)*, 29-38.
- Buttle, F. (1996). SERQUAL: review, critique, research agenda. *journal of marketing,XXX(1)*, 8-32.
- Crosby. (2016). *Kualitas*. Salatiga: Widya Press.
- Demas Daniel, A. P. (2022, Agustus). Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Pada Rumah Makan DapoerBoengkoh Di Besuki Kabupaten Situbondo. *Jurnal Purnama Media, I(1)*, 1- 12.
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian*. (R. Andhani, Ed.)
- Eka Kurniati, E. S. (2016, September). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia, VIII(2)*,67-75.
- Fardiman, M. (2020, Desember). Pengaruh Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mba Ida Jl. Datuk Di Banta Kota. *Jurnal Brand,II(2)*, 154-152.
- Fadia Nur Adiba, (2023) Perancangan Perbaikan Pelayanan Restoran Resto Kita Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment Vol.11 No.2
- Fifin Anggraini, A. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimensi Kepuasan Pelanggan Pada KonsumenGojek. *Jupe, VIII(3)*, 86-94.

- Firda Triana Hartanti, N. L. (2015). Integrasi Servqual Dan Qfd Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya. *Jurnal Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan III*, 97-106.
- Gofur, A. (2019, Februari). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, IV(1)*, 37-44.
- Gronroos, C. (1984). *Strategic Management and Marketing in The Service Sector*. Cambridge: Marketing Science Institute.
- Harto, B. (2015, April). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Teknoif, III(1)*, 20-30.
- Irawan, B. (2012). Dimensi Kualitas Layanan : Konsep Dan Perkembangannya. *Jurnal ISEI JEMBER*, 95-108.
- Irwan Sukendar, W. F. (2021, Januari). Analisis Kinerja Supplier Berdasarkan Pendekatan Vendor Performance Indicator (VPI) Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Dinamika Teknik, IV(1)*, 11-20.
- Made Nanda Pranata, A. H. (2019, Desember). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee Menggunakan Metode (CSI). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, VII(4)*, 594-603.
- Muhammad Andre Alhahfi, Z. M. (2022). Peran Etika Bisnis Dalam Perubahan Bisnis di Era Globalisasi. *ManBiz: Journal Of Management & Business, I (2)*, 75-88.
- Ralahallo, B. A. (2022, Mei). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kedai Raihan Di Kota Ambon. *Hipotesa, XVI(1)*, 94-105.
- Rinto Alexandro, F. H. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk Cahu. *Jurnal Pendidikan ekonomi, IX(2)*, 353-361.
- Safrizal. (2015, Mei). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, IV(1)*, 214-224.
- Samadi, J. J. (2021, Oktober). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Pada Covid 19. *Jurnal Emba, IX(4)*, 680-690.

- Siti Nur Khoiria, K. A. (2021, Maret). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika Akutansi Bisnis dan Keuangan, I(2)*, 1-11.
- Solehatin Ika Putri, S. A. (2017, Maret). Sebagai Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di PT. Kereta Api (Persero). *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis, VIII(1)*, 11-16.
- Sopiyan, P. (2018, Juli-Desember). Pengaruh Atribut Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Panineungan Maja Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi, V(2)*, 76-90.
- Sri Mutiara, R. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, IV(1)*, 411-427.
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasinya*. (S. B. Sartika, Ed.) Sidoharjo: Usmida Press.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Managemnt Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, D. (2018, April). Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Dengan Menggunakan Integrasi Metode Servqual Dan Qfd. *Jurnal Sosio E-Kons, X(1)*, 57-74.
- Yulina Astuti, F. H. (2021, September). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. *Ihtiyath Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, V(1)*, 1-14.