

ABSTRAK

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan lama jauh lebih murah daripada biaya untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, perlu untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini agar pelayanan yang diberikan dapat sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Dengan demikian, kepuasan konsumen saat ini dapat menjadi loyalitas mereka kepada perusahaan dalam jangka panjang. Keuntungan bagi perusahaan adalah adanya peningkatan penjualan serta memiliki keunggulan bersaing. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba untuk memecahkan masalah yang dihadapi salon D'Glow mengenai penurunan penjualan, dengan menggunakan konsep SERVQUAL dalam mengidentifikasi penyebab ketidakpuasan konsumen, serta penggunaan *Quality Function Deployment (House of Quality)* dalam memberikan solusi. Dalam konsep SERVQUAL, terdapat lima dimensi kualitas (*tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *empathy*, dan *assurance*) yang digunakan untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara persepsi dan ekspektasi pelanggan yang menyebabkan ketidakpuasan. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan, terdapat gap pada kelima dimensi kualitas, yang berarti bahwa konsumen belum puas pada pelayanan salon D'Glow secara keseluruhan, namun gap terbesar (penyebab ketidakpuasan konsumen terbesar) ada pada dimensi *tangibles*.

Kata-kata kunci : SERVQUAL, *Quality Function Deployment*, *House of Quality*, dimensi kualitas

ABSTRACT

Some money that a company spends to maintain their customers is cheaper than to attract the new ones. So, we need to understand what customers are actually needed in order to give them the best services over. So that their satisfaction could create a long-term loyalty to the company. There are increasing numbers in selling which is indicated to be an advantage for the company itself. According to this matter, this research is written to overcome the problem at saloon D'Glow by using SERVQUAL concept to identify unsatisfying in the customers, also using Quality Function Deployment (House of Quality) to give solution. In SERVQUAL concept, there are five dimensions of quality (tangibles, responsiveness, reliability, empathy, and assurance) which are used to find out the gap between customers perceptions and expectations. The samples was taken by using purposive sampling method. By this research, the writer shows that there is a gap between perceptions and expectations through five dimensions of quality that means consumers haven't satisfied yet with saloon D'Glow services. The biggest gap which caused the unsatisfying consumers is on tangibles dimension.

Keywords: SERVQUAL, Quality Function Deployment, House of Quality, quality dimension

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR GAMBAR vii

DAFTAR TABEL..... viii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 4

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitian..... 7

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian 8

1.6 Sistematika Penulisan..... 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Manajemen Operasi	10
2.2 Kualitas	11
2.2.1 Pengertian Kualitas	12
2.2.2 Perspektif Kualitas	13
2.2.3 Manfaat Kualitas	15
2.2.4 Biaya-Biaya Kualitas	17
2.3 Jasa	18
2.3.1 Pengertian Jasa	18
2.3.2 Klasifikasi Jasa	19
2.3.3 Karakteristik Jasa	21
2.4 Kualitas Jasa	21
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa	22
2.4.2 Komponen Kualitas Jasa	23
2.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Jasa	24
2.4.4 Model SERVQUAL	29
2.4.5 Dimensi Kualitas Jasa	34
2.5 Quality Function Deployment (QFD)	35
2.5.1 Pengertian QFD	36
2.5.2 Matriks House of Quality (HoQ)	36
2.5.3 Langkah-Langkah Dalam Membuat Matriks HoQ	38
2.5.4 Manfaat QFD Bagi Perusahaan	40

2.6 Kepuasan Pelanggan	41
2.7 Loyalitas Pelanggan	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian.....	46
3.1.1 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.1.3 Metode Pengolahan Data	49
3.2 Objek Penelitian.....	49
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	49
3.2.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	51
3.2.3 Kegiatan Usaha Perusahaan	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Pengumpulan Data	58
4.2 Analisis Data	62
4.3 Pembuatan House of Quality	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA	78
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Kualitas Memperbaiki Kemampuan Memperoleh Laba 16
Gambar 2	Determinan Ekspektasi Pelanggan 27
Gambar 3	Model Konsep SERVQUAL 30
Gambar 4	Matriks <i>House of Quality</i> 38
Gambar 5	Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Jasa 43
Gambar 6	Kerangka Pemikiran 45
Gambar 7	Struktur Organisasi Perusahaan 51
Gambar 8	<i>Flow Process Chart</i> 57
Gambar 9	Korelasi Antara <i>Customer Needs</i> Dengan <i>Tactical Descriptions</i> ... 67
Gambar 10	<i>Competitive Assesement</i> 69
Gambar 11	<i>Correlation Roof Matrix</i> 70
Gambar 12	<i>Technical Matrix</i> 72
Gambar 13	<i>House of Quality</i> Salon D'Glow 74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Data Perusahaan..... 5
Tabel 2	Pengolahan Kuesioner Bagian Ekspektasi Pelanggan 59
Tabel 3	Pengolahan Kuesioner Bagian Persepsi Pelanggan 61
Tabel 4	Perhitungan Gap Per Atribut dan Per Dimensi Kualitas..... 63
Tabel 5	<i>Customer Needs</i> 65
Tabel 6	<i>Tactical Descriptions</i> 66