

ABSTRAK

Perusahaan yang dipilih penulis adalah CheckPoint autosalon yang terletak di jalan terusan sutami kav.22, Bandung. CheckPoint merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industry jasa dalam membantu jasa pencucian dan perawatan mobil. Dalam keputusan strategi manajemen operasi untuk perancangan suatu jasa dan kualitas dapat digunakan dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.

Metode *QFD* digunakan untuk mengetahui harapan terhadap pelayanan jasa sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen. Harapan konsumen terhadap suatu pelayanan selalu berubah-ubah. Untuk itu, checkpoint ingin mengetahui atribut pelayanan apa saja yang di inginkan dan diharapkan konsumen. Alat yang digunakan untuk metode QFD adalah dengan matriks *House of Quality (HOQ)*.

Penulis melakukan observasi dan wawancara dan melakukan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner diberikan kepada 80 responden dan semua jawaban kuesioner dilakukan uji validitas dan uji reliabel dengan menggunakan SPSS 11.5. Hasil Kuesioner tersebut juga akan digunakan untuk pembuatan HOQ.

Dari nilai prioritas, hal yang harus diperbaiki berdasarkan karakteristik kebutuhan tangible yaitu desain ruang tunggu dan mini cafe, pengadaan fasilitas hiburan diruang tunggu, pengadaan perlengkapan yang menunjang kebersihan ruang tunggu, menyediakan daftar paket dan harga. Dari reliability yaitu memilih karyawan berdasarkan tingkat keahlian kerja karyawan, melakukan pengecekan ulang hasil cuci. Dari responsiveness berdasarkan tingkat perhatian karyawan. Dari assurance yaitu dengan memberikan pelatihan kepada karyawan, memberikan masukan dan arahan kepada karyawan dalam melayani konsumen. Dari empathy yaitu dengan tingkat perhatian karyawan, membersihkan ruang tunggu dan cafe secara rutin untuk suatu kenyamanan.

Kata-kata kunci : Quality Function Deployment, House Of Quality

ABSTRACT

CheckPoint Autosalon, located in Sutami kav.22, Bandung, is the company selected that provides washing and caring services for cars. In the operation's management, decision strategies for design and quality of service can be obtained through the Quality Function Deployment (QFD) method.

QFD is used to determine the expectations of services according to requests, needs and expectations of consumers. Consumers' expectations of a service are always changing. Checkpoint would thus like to know what service attributes are presently desired and expected by consumers. The instrument used for this method is the matrix of House of Quality (HOQ).

The author conducted various observations, interviews, and questionnaires. Questionnaires were given to 80 respondents and all their answers validity and reliability tested thanks to the SPSS 11.5 method. Questionnaire results will also be used for analysing using HOQ.

Among value priorities, things that need to be fixed based, on characteristics of the tangible things are lounge and mini cafe's design, the waiting room need a new design and entertainment facilities, new equipment to ensure the cleanliness of the waiting room, as well as providing a list of packages and prices. Reliability consists in selecting employees based on their skill level. Responsiveness is determined by the employee's level of attention. Assurance means providing proper training as well as input and guidance to employees in serving customers. Empathy determines the level of attention of employees in cleaning the lounge and cafe on a regular basis for customers comfort.

Keywords : Quality Function Deployment, House Of Quality

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	II
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINE
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	7
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN.....	8
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 PENGERTIAN MANAJEMEN OPERASI	10

2.2 KEPUTUSAN STRATEGIS DALAM MANAJEMEN OPERASI	11
2.3 PERANCANGAN JASA	14
2.3.1 Pengertian Jasa.....	14
2.3.2 Karakteristik Jasa	16
2.3.3 Klasifikasi Jasa.....	17
2.4 KUALITAS	20
2.4.1 Pengertian Kualitas	20
2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa	24
2.5 QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)	28
2.5.1 Pengertian Quality Function Deployment.	28
2.5.2 Manfaat QFD	30
2.5.3 Struktur Quality Function Deployment	32
2.5.4 Pembentukan House of quality dalam struktur Quality Function Deployment.....	36
2.6 KERANGKA PEMIKIRAN	39
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	 45
3.1 OBJEK PENELITIAN	45
3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
3.1.2 Struktur Organisasi	47
3.1.3 Flowchart proses cuci mobil	51

3.2 METODE PENELITIAN.....	59
3.2.1 Teknik pengumpulan data.....	60
3.2.2 Populasi dan sampel penelitian.....	62
3.2.3 Operasional Variabel.....	63
3.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.2.4.1 Uji Validitas	66
3.2.4.2 Uji reliabilitas.....	67
 BAB IV PEMBAHASAN.....	 69
4.1 HASIL PENELITIAN	69
4.1.1 Profil Responden.....	69
4.1.2 Pengujian Kuesioner	71
4.1.2.1 Uji Validitas	72
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	75
4.2 URUTAN TINGKAT HARAPAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PELAYANAN BENGKEL PENCUCIAN CHECKPOINT MENURUT PELANGGAN	 76
4.3 TINGKAT KINERJA BENGKEL PENCUCIAN CHECKPOINT	79
4.4 TECHNICAL RESPONSE YANG DISEDIAKAN BENGKEL CHECKPOINT.....	 81

4.5 MEMBANGUN HOUSE OF QUALITY DALAM MEMPERBAIKI	
PELAYANAN BENGKEL CHECKPOINT	85
4.5.1 Customer wants & Needs.....	85
4.5.2 Technical Response	90
4.5.3 Relationship	91
4.5.4 Technical Correlations	98
4.5.5 Technical Matrix atau Nilai target	100
4.5.5.1 Tingkat Kesulitan Perusahaan Dalam Menjalankan	
Karakteristik	
Teknik.....	103
4.5.6 Planning Matrix	105
4.5.6.1 Customer Satisfaction Performance (CuSP).....	105
4.5.6.2 Importance to Customer (ItC) atau Tingkat Kepentingan	107
4.5.6.3 Goal atau target value	109
4.5.6.4 Penentuan Improvement Ratio (IR) atau scale-up factor..	112
4.5.6.5 Sales Point.....	114
4.5.6.6 Raw Weight (RW)	116
4.5.6.7 Normalized Raw Weight (NRW).....	119
4.5.6.8 Cumulative Normalized Raw Weight (CNRW)	121
4.6 IMPACT DAN RELATIONSHIP.....	123
4.7 MENGEMBANGKAN PRIORITY TECHNICAL RESPONSE.....	129

4.7.1 Contribution	129
4.7.2 Normalized Contribution	129
4.7.3 Priority	130
4.8 ANALISA HOUSE OF QUALITY	134
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 138
5.1 SIMPULAN.....	138
5.1.1 Karakteristik kebutuhan yang dinilai penting bagi para pengguna jasa cuci kendaraan bermotor.....	138
5.1.2 Hal yang perlu diperbaiki dalam rangka memperbaiki pelayanan pada pelanggan.....	140
5.2 SARAN	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	145
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	154

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 THE HOUSE OF QUALITY	33
GAMBAR 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	44
GAMBAR 3.1 SUSUNAN STRUKTUR ORGANISASI.....	48
GAMBAR 3.2 FLOWCHART PROSES PENCUCIAN MOBIL.....	52
GAMBAR 3.3 KETERANGAN SYMBOL-SIMBOL YANG DIGUNAKAN DALAM FLOWCHART.....	54
GAMBAR 3.4 FLOW PROCESS CHART .. ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
GAMBAR 4.1 TECHNICAL CORRELATIONS	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1 DATA PENDAPATAN DAN PENGUNJUNG PERUSAHAAN CHECKPOINT	6
TABEL 3.1 PENGUKURAN TINGKAT KEPENTINGAN CHECKPOINT	62
TABEL 3.2 PENGUKURAN TINGKAT KINERJA CHECKPOINT	62
TABEL 3.3 OPERASIONAL VARIABEL.....	64
TABEL 4.1 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	69
TABEL 4.2 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN USIA	70
TABEL 4.3 PROFIL RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	71
TABEL 4.4 PENGUJIAN VALIDITAS UNTUK TINGKAT KEPENTINGAN ATAU HARAPAN KONSUMEN	72
TABEL 4.5 PENGUJIAN VALIDITAS UNTUK TINGKAT KINERJA	74
TABEL 4.6 TINGKAT RELIABILITAS KUESIONER	76
TABEL 4.7 URUTAN NILAI RATA – RATA HARAPAN KONSUMEN CHECKPOINT	77
TABEL 4.8 NILAI RATA – RATA KINERJA CHECKPOINT AKAN ATRIBUT PELAYANAN	79
TABEL 4.9 KARAKTERISTIK TEKNIK PERUSAHAAN	81

TABEL 4.10 GAP ANALYSIS TINGKAT KINERJA DAN TINGKAT HARAPAN	86
TABEL 4.11 RATA-RATA NILAI GAP ANALYSIS TIAP DIMENSI	89
TABEL 4.12 TECHNICAL RESPONSE	90
TABEL 4.13 HUBUNGAN KARAKTERISTIK KEBUTUHAN KONSUMEN DENGAN KARAKTERISTIK TEKNIS	91
TABEL 4.14 NILAI TARGET DARI KARAKTERISTIK TEKNIK	100
TABEL 4.15 TINGKAT KESULITAN PERUSAHAAN DALAM MELAKSANAKAN KARAKTERISTIK TEKNIK	104
TABEL 4.16 HASIL PERHITUNGAN CUSTOMER SATISFACTION PERFORMANCE BENGKEL CHECKPOINT	105
TABEL 4.17 HASIL PERHITUNGAN <i>IMPORTANCE TO CUSTOMER</i>	108
TABEL 4.18 PENENTUAN NILAI <i>GOAL ATAU TARGET VALUE</i>	110
TABEL 4.19 HASIL PERHITUNGAN <i>IMPROVEMENT RATIO</i>	112
TABEL 4.20 NILAI <i>SALES POINT</i>	115
TABEL 4.21 TABEL NILAI <i>RAW WEIGHT</i>	117
TABEL 4.22 HASIL PERHITUNGAN <i>NORMALIZED RAW WEIGHT</i>	120
TABEL 4.23 TABEL NILAI CUMMULATIVE NORMALIZED RAW WEIGHT (CNRW)	122
TABEL 4.24 NILAI RELATIONSHIP	125

TABEL 4.25 PERHITUNGAN CONTRIBUTION, NORMALIZED

CONTRIBUTION DAN PRIORITY 130

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER	145
LAMPIRAN B. DATA KUESIONER TINGKAT HARAPAN	147
LAMPIRAN C. DATA KUESIONER TINGKAT KINERJA.....	149
LAMPIRAN D. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS HARAPAN.....	152
LAMPIRAN E. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KINERJA.....	153