

ABSTRAK

Layanan terhadap pelanggan yang ramah dan berkualitas sangat diperlukan pada semua perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa, seperti halnya Toko Kosmetik Sinar Baru yang bergerak dalam penjualan produk kosmetik. Penggunaan *House Of Quality* (HOQ) yang merupakan bagian dari *Quality Function Deployment* (QFD) sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan kualitas layanan

16 karakteristik kebutuhan pelanggan, 10 diantaranya dinilai sangat penting yang harus dicermati oleh pihak Toko Kosmetik Sinar Baru dalam upaya meningkatkan kualitas layanan secara terus menerus yaitu karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan dan saran dari pelanggan, kecepatan dalam melayani kebutuhan pelanggan, karyawan bersedia segera membantu pelanggan yang mengalami masalah mengenai kecantikan, komunikasi yang lancar antara karyawan dengan pelanggan, kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan, pengetahuan karyawan mengenai produk yang dijual, karyawan memberikan perhatian personal pada pelanggan, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, kesopanan dan keramahan karyawan kepada pelanggan, dan kemudahan memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak Toko Kosmetik Sinar Baru untuk meningkatkan kualitas layanan antara lain dengan memberi pengarahan secara periodik dan evaluasi pada karyawan guna meningkatkan layanan di Toko Kosmetik Sinar Baru, serta memberikan perhatian penuh pada karakteristik teknik yang memiliki tingkat kepentingan relatif yang cukup tinggi, terutama 5 karakteristik teknik tertinggi yaitu pelatihan pada karyawan, tingkat pengalaman karyawan, tingkat pengalaman karyawan, sifat individu, dan tingkat penguasaan terhadap produk, karena semakin tinggi kepentingan relatif dari karakteristik teknik perusahaan menandakan semakin penting dan memberikan dampak positif dalam memenuhi karakteristik kebutuhan pelanggan.

DAFTAR ISI

	halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Metode Penelitian	17
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data	17
1.6.2 Populasi dan Sampel Penelitian	18
1.6.2.1 Populasi Penelitian	18
1.6.2.2 Sampel Penelitian	18
1.7 Lokasi dan Lamanya penelitian	19
1.8 Sistematika Penulisan	20
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Pengertian Manajemen Operasi	22

2.2 Jasa	23
2.2.1 Pengertian Jasa	23
2.2.2 Karakteristik Jasa	24
2.2.3 Kategori Jasa	25
2.3 Kualitas	27
2.3.1 Pengertian Kualitas	27
2.3.2 Dimensi Kualitas Jasa	28
2.4 <i>Total Quality Management (TQM)</i>	32
2.4.1 Pengertian TQM	32
2.4.2 Konsep TQM	33
2.5 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	36
2.5.1 Pengertian QFD	36
2.5.2 Manfaat QFD	37
2.5.3 Implementasi QFD	38
2.6 <i>House Of Quality (HOQ)</i>	41
2.6.1 Pengertian HOQ	41
2.6.2 Pembentukan HOQ	41
2.6.3 Struktur HOQ	44
2.7 Usaha eceran (<i>retailing</i>)	47
2.7.1 Pengertian usaha eceran (<i>retailing</i>)	47
2.7.2 Jenis-jenis Pengecer	48
2.7.3 Jenis layanan	51

2.8 Metoda Analisis Data	52
BAB 3 OBJEK PENELITIAN	54
3.1 Sejarah Singkat Toko Kosmetik Sinar Baru	54
3.2 Bentuk badan usaha, Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	58
3.2.1 Bentuk badan usaha	58
3.2.2 Struktur Organisasi	59
3.2.3 Bentuk struktur organisasi	60
3.2.4 Uraian tugas	60
3.3 Kegiatan Toko Kosmetik Sinar Baru	62
3.3.1 Operasi	62
3.3.2 Sumber Daya Manusia	65
3.3.3. Hari kerja dan peraturan toko	67
3.3.4 Keuangan	68
3.3.5 Pemasaran	69
BAB 4 PEMBAHASAN	71
4.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	71
4.1.1 Karaktersitik Kebutuhan pelanggan	71
4.1.2 Pengujian Kuesioner	72
4.1.3 Profil Responden	75
4.2 Pembentukan <i>House Of Quality</i>	78
4.2.1 Identifikasi Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	78
4.2.2 Tingkat Kepentingan (bobot) Terhadap Karakteristik	

Kebutuhan Pelanggan	79
4.2.3 Identifikasi Karakteristik Teknik Toko Kosmetik	
Sinar Baru	81
4.2.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	
Dengan Karakteristik Teknik Toko Kosmetik Sinar Baru	83
4.2.5 Penentuan Nilai Target Dari Karakteristik Teknik Toko	
Kosmetik Sinar Baru	88
4.2.6 Penentuan Arah Perbaikan Dari Target Karakteristik	
Teknik Toko Kosmetik Sinar Baru	89
4.2.7 Penentuan Korelasi Diantara Karakteristik Teknik Toko	
Kosmetik Sinar Baru	91
4.2.8 Penentuan Tingkat Kesulitan Toko Kosmetik Sinar Baru	
Dalam Melaksanakan Karakteristik Teknik Toko	
Kosmetik Sinar Baru	93
4.2.9 Penilaian Kinerja Berdasarkan Karakteristik Kebutuhan	
Pelanggan	96
4.2.10 Penilaian Karakteristik Teknik Toko Kosmetik Sinar	
Baru	99
4.2.11 Penentuan Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat	
Kepentingan Relatif	101
4.3 <i>House Of Quality</i>	110

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerjasama Antara Toko Kosmetik Sinar Baru dengan Perusahaan	
Cabang	55
Tabel 3.2 Persediaan Produk Kecantikan dari Berbagai Merek Kosmetik	62
Tabel 4.1 Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	71
Tabel 4.2 Uji Validitas Tingkat Kepentingan	73
Tabel 4.3 Uji Validitas Tingkat Kinerja	74
Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	75
Tabel 4.5 Profil responden berdasarkan usia	76
Tabel 4.6 Profil responden berdasarkan pekerjaan	76
Tabel 4.7 Profil responden berdasarkan frekuensi kunjungan	77
Tabel 4.8 Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	78
Tabel 4.9 Hasil dari Tingkat Kepentingan (bobot) Terhadap Karakteristik	
Kebutuhan Pelanggan	80
Tabel 4.10 Karakteristik Teknik Perusahaan	82
Tabel 4.11 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan Pelanggan dengan	
Karakteristik Teknik Toko kosmetik Sinar Baru	84
Tabel 4.12 Nilai Target Dari Karakteristik Teknik Toko Kosmetik Sinar Baru	88
Tabel 4.13 Arah Perbaikan Dari Target Karakteristik Teknik Toko Kosmetik	
Sinar Baru	90
Tabel 4.14 Korelasi Diantara Karakteristik Teknik Perusahaan	92

Tabel 4.15 Tingkat Kesulitan Perusahaan Dalam Melaksanakan	
Karakteristik Teknik Perusahaan	94
Tabel 4.16 Penilaian Kinerja Berdasarkan Karakteristik Kebutuhan Pelanggan	
Toko Kosmetik Sinar Baru	97
Tabel 4.17 Penilaian Karakteristik Teknik Toko Kosmetik Sinar Baru	99
Tabel 4.18 Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	16
Gambar 2.1 <i>House of Quality</i>	46
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Toko Kosmetik Sinar Baru	60
Gambar 3.2 Prosedur Pelayanan Toko Kosmetik Sinar Baru	64
Gambar 4.1 <i>House of Quality</i> (Toko Kosmetik Sinar Baru, Bandung)	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner lampiran

Lampiran 2 Data Mentah Tingkat Kepentingan Toko Kosmetik Sinar Baru

Lampiran 3 Data Mentah Tingkat Kinerja

Lampiran 4 Data Profil Responden

Lampiran 5 Factor Analysis Tingkat Kepentingan

Lampiran 6 Factor Analysis Tingkat Kinerja