

ABSTRACT

The presence of food and beverage business build the hard competition among them. To get the best result, they give the best service, especially in food and beverage for café, restaurant and hotel. To meet the determined orders. The Avenue A Pizza Café has a guide book to be given to every outlet to be able to know the rules has been determined, so that every outlet of Avenue A Pizza Café has uniforming in giving service. The usage of House of Quality (HOQ) which is part of Quality Function Deployment (QFD) is very important in the effort of increasing quality of service. In the effort of repairing quality of service continually can be done by giving training, so that employee give quick respons in handling complains and suggestion from consumers, give quick service, able to answer the consumers question, know about food and beverage product sold, gives personal attention to consumer, comprehend the consumer need, and have courtesy and sociability to consumer.

Keywords : competition, QFD, HOQ, training, service

ABSTRAK

Bermunculannya usaha-usaha di bidang makanan dan minuman, menyebabkan semakin kerasnya persaingan yang terjadi di antara mereka. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang sangat baik, khususnya dalam bidang jasa makanan dan minuman (kafe, restoran dan hotel). Maka dari itu pihak *Avenue A Pizza Café* memiliki buku panduan untuk diberikan kepada setiap *outlet* agar dapat mengetahui aturan-aturan yang telah ditentukan, untuk dapat menyamakan prosedur yang telah ditetapkan dalam suatu aturan. Agar di setiap *outlet Avenue A Pizza Cafe* memiliki keseragaman dalam melakukan proses pelayanan. Penggunaan *House of Quality* (HOQ) yang merupakan bagian dari *Quality Function Deployment* (QFD) sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan kualitas layanan. Dalam upaya memperbaiki kualitas pelayanan secara terus menerus dapat dilakukan dengan cara memberikan *training*, agar karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan dan saran dari konsumen, kecepatan dalam melayani kebutuhan konsumen, kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen, pengetahuan karyawan mengenai produk makanan dan minuman yang dijual, karyawan memberikan perhatian personal kepada konsumen, karyawan yang memahami kebutuhan konsumen, serta kesopanan dan keramahan karyawan kepada konsumen.

Kata-kata kunci : persaingan, QFD, HOQ, *training*, pelayanan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	5
2.1 Pengertian Manajemen Operasi	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Operasi Jasa.....	6
2.2 Jasa	6
2.2.1 Pengertian Jasa	6
2.2.2 Karakteristik Jasa	7
2.2.3 Klasifikasi Jasa.....	7

2.3 Kualitas	9
2.3.1 Dimensi Kualitas.....	12
2.4 <i>The Gaps Model</i>	14
2.5 Perhitungan Skor Servqual.....	18
2.6 <i>Total Quality Management (TQM)</i>	18
2.6.1 Alat-alat dalam <i>Total Quality Management (TQM)</i>	18
2.7 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	27
2.7.1 Manfaat <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	28
2.7.2 Implementasi <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	29
2.8 <i>House of Quality (HOQ)</i>	31
2.8.1 Struktur <i>House of Quality (HOQ)</i>	31
2.8.2 Pembentukan <i>House of Quality (HOQ)</i>	35
2.9 Pengertian Rumah Makan dan Café.....	37
2.10 Metode Analisis Data.....	38
2.11 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Metode Penelitian	44
3.1.1 Perhitungan Jumlah Sampel.....	46
3.1.2 Variabel Penelitian.....	46
3.1.3 Langkah-langkah Penelitian.....	47
3.2 Sejarah Perusahaan	49
3.2.1 Perubahan-perubahan yang Dilakukan Untuk Meningkatkan Pelayanan	51

3.3 Struktur Organisasi	51
3.4 Fasilitas dan Kapasitas Café	56
3.5 Jumlah Karyawan dan Jam Kerja.....	56
3.6 Proses Produksi	58
3.6.1 Prosedur Pelayanan di <i>Avenue A Pizza Café</i>	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Hasil Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	64
4.1.1 Profil Responden.....	64
4.1.2 Pengujian Kuesioner	66
4.1.2.1 Uji Reliabilitas	66
4.1.2.2 Uji Validitas	67
4.2 Tingkat Kinerja <i>Avenue A Pizza Café</i> akan Atribut Pelayanan	70
4.3 Urutan Tingkat Harapan Konsumen Terhadap Atribut Pelayanan <i>Avenue A Pizza Café</i> Menurut Konsumen	71
4.4 <i>Technical Response</i> yang Disediakan <i>Avenue A Pizza Café</i>	73
4.5 Rancangan <i>House Of Quality</i> untuk Memperbaiki Pelayanan <i>Avenue A Pizza Café</i>	75
4.5.1 1 st <i>Room</i> : <i>Customer Needs and Benefits</i> dan 2 nd <i>Room</i> : <i>Planning Matrix</i>	75
4.5.1.1 1 st <i>Room</i> : <i>Customer Needs</i>	75
4.5.1.2 <i>Gap Analysis</i>	76
4.5.2 3 rd <i>Room</i> : <i>Technical Response</i>	79
4.5.3 4 th <i>Room</i> : <i>Relationship</i>	80

4.5.4 5 th Room : <i>Technical Correlations</i>	85
4.5.5 6 th Room : <i>Technical Matrix</i>	87
4.5.5.1 Nilai Target	87
4.5.5.2 Penentuan Tingkat Kesulitan Perusahaan Dalam Menjalankan Karakteristik Teknik.....	88
4.5.5.3 <i>Absolute Importance</i> dan <i>Relative Importance</i>	90
4.6 <i>House Of Quality</i> (HOQ)	96
4.7 Analisa <i>House of Quality</i>	98
4.7.1 Analisa Tingkat Harapan Konsumen <i>Avenue A Pizza Café</i>	98
4.7.2 Analisa Perbandingan Karakteristik Tingkat Kinerja dan Harapan	99
4.7.3 Analisa Karakteristik Teknik <i>Avenue A Pizza Café</i>	100
4.7.4 Analisa Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif.....	102
 BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Simpulan	106
5.1.1 Pengaruh Kualitas Terhadap pelayanan Yang Diberikan	106
5.1.2 Tindakan Yang Diperlukan Untuk Memperbaiki Kualitas Pelayanan	106
5.2 Saran.....	107
 DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)..... 140

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Dua perspektif kualitas.....	11
Gambar 2.2 <i>Service Quality Model (GAP MODEL)</i>	17
Gambar 2.3 Teknik Taguchi	22
Gambar 2.4 <i>Quality Loss Function</i>	23
Gambar 2.5 Diagram Pareto.....	24
Gambar 2.6 Bagan Proses	25
Gambar 2.7 Diagram Sebab-akibat	26
Gambar 2.8 <i>Statistical Process Control (SPC)</i>	27
Gambar 2.9 Struktur <i>House of Quality (HOQ)</i>	33
Gambar 2.10 Bagan Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Struktur Organisasi <i>Avenue A Pizza Café</i>	52
Gambar 3.2 Prosedur Pelayanan	60
Gambar 4.1 Korelasi antar karakteristik teknik	86
Gambar 4.2 <i>House of Quality (HOQ)</i>	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Variabel Penelitian.....	47
Tabel IV.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	64
Tabel IV.2 Profil responden berdasarkan usia	65
Tabel IV.3 Profil responden berdasarkan pekerjaan	65
Tabel IV.4 Profil responden berdasarkan frekuensi kunjungan.....	66
Tabel IV.5 Tingkat reliabilitas kuesioner.....	67
Tabel IV.6 Uji validitas tingkat kinerja.....	68
Tabel IV.7 Uji validitas tingkat harapan konsumen.....	69
Tabel IV.8 Nilai rata-rata kinerja <i>Avenue A Pizza Café</i> akan atribut pelayanan	70
Tabel IV.9 Urutan nilai rata-rata harapan konsumen <i>Avenue A Pizza Café</i>	72
Tabel IV.10 Karakteristik teknik perusahaan.....	73
Tabel IV.11 <i>Gap Analysis</i>	77
Tabel IV.12 3 rd <i>Room : Technical Response</i>	80
Tabel IV.13 Hubungan karakteristik kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis	81
Tabel IV.14 Nilai target dari karakteristik teknik <i>Avenue A Pizza Café</i>	87
Tabel IV.15 Tingkat kesulitan perusahaan dalam melaksanakan karakteristik teknik.....	90
Tabel IV.16 Urutan prioritas <i>Technical Characteristic</i>	93
Tabel IV.17 Urutan prioritas tingkat kepentingan absolut dan tingkat kepentingan relatif	103

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	113
Lampiran B Data Profil Responden	117
Lampiran C Data Mentah Tingkat Kinerja <i>Avenue A Pizza Café</i>	120
Lampiran D Data Mentah Tingkat Harapan Konsumen <i>Avenue A Pizza Café</i>	123
Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas	126
Lampiran F Hasil Uji Validitas	132