

ABSTRAK

Selain sebagai kebutuhan primer untuk keberlangsungan hidup manusia, makanan dan minuman sudah bertambah nilainya menjadi identitas suatu kelompok masyarakat. Sehingga saat akan memutuskan untuk makan dan minum pelanggan tidak hanya sekedar mencari rasa, namun juga pengalaman saat menikmati hidangan yang disuguhkan. Para pebisnis melihat *trend* ini sebagai peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan cara mempertemukan kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk dan jasa yang sesuai. Hal tersebut yang menjadi titik awal penelitian ini dilakukan, yaitu untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan oleh sebuah *Restaurant* Sunda yang bernama Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto.

Peneliti menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengetahui data *customer needs* melalui kuesioner dan dibantu dengan *House of Quality* (HOQ) sebagai alat pengolahan data. Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah data tentang *customer needs* diolah dengan *House of Quality*, yaitu menentukan faktor-faktor prioritas yang harus segera ditindak lanjuti untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto. Adapun urutan prioritas solusi untuk permasalahan pelayanan yang dihadapi adalah sebagai berikut: memberikan pelatihan kepada karyawan, merancang SOP *Service*, merekrut karyawan yang cermat dan teliti, menambah kipas angin uap air untuk *area outdoor*, melaksanakan kontrol SOP secara berkala, membuat papan peringatan untuk tidak meninggalkan barang berharga di dalam kendaraan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Solusi, *Customer needs*, *Quality Function Deployment* (QFD), *House of Quality* (HOQ).

ABSTRACT

Apart from being a primary need for survival, food and beverage have increased in value to become the identity of a community group/ society identities. So the moment when the customers decide to eat and drink, they are not only seek for taste, but also experience while enjoying the meal. Business people see this trend as an opportunity to make a profit by acquiring customer satisfaction by providing appropriate products and service. That is the starting point this research conducted, which is to know how the customer satisfaction of service in a sundanese restaurant named Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto.

Researchers use the Quality Function Deployment (QFD) method to recognize data of customer needs by distributing questionnaires and assisted by the House of Quality (HOQ) as a data processing tool. The next step after data on customer needs has been addressed with the House of Quality (HOQ), which sets the top priority factor that need to be immediately followed up to increase the quality of service to customer of Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto. The top priority recommendation of solutions to the services issues are the following: providing training to employees, designing service SOPs, hiring careful and meticulous employees, adding water – vapour fan to outdoor areas, implementing SOP controls regularly, make a warning board not to leave valuable items in the vehicle.

Keyword: *Service Quality, Solutions, Customer needs, Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HOQ).*

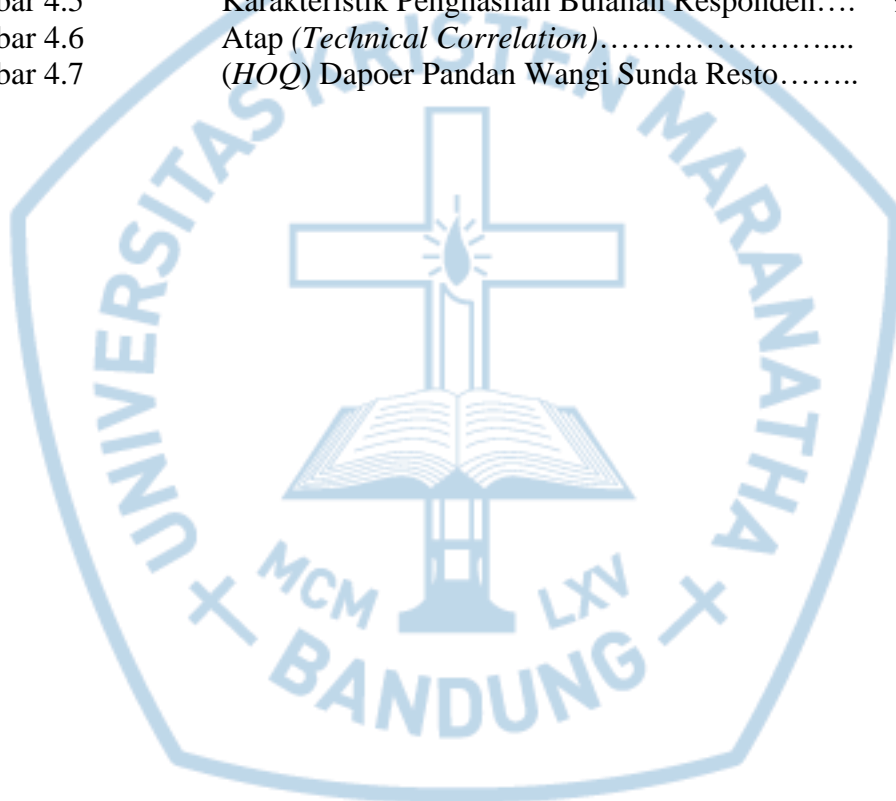
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan/ Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat/ Kegunaan Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Operasi	9
2.2 Sepuluh (10) Keputusan Strategis Manajemen Operasi	10
2.3 Kualitas (<i>Quality</i>)	13
2.4 Kualitas Jasa (<i>Service Quality</i>)	14
2.5 Dimensi Kualitas Jasa (<i>Service Quality</i>)	15
2.6 <i>Quality Function Deploymentt (QFD)</i>	16
2.7 Manfaat <i>Quality Function Deploymentt (QFD)</i>	17
2.8 Kelemahan <i>Quality Function Deploymentt (QFD)</i>	19
2.9 Penerapan (<i>QFD</i>) ke Perusahaan Jasa	20
2.10 Model <i>Gap</i> Kualitas Jasa	22
2.11 <i>House of Quality (HOQ)</i>	24
2.12 Penyusunan <i>House of Quality (HOQ)</i>	28
2.13 Kerangka Pemikiran	32
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	38
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
3.1.1 Sejarah singkat Perusahaan	38
3.1.2 <i>Logo</i> Perusahaan	39
3.1.3 Visi Perusahaan	39
3.1.4 Misi Perusahaan	55
3.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	56
3.3 Proses Operasi Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto	75

3.4 Metode Penelitian.....	77
3.5 Teknik Pengumpulan Data	78
3.6 Jenis dan Objek Penelitian	79
3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Pengumpulan Data.....	83
4.2 Hasil Pengolahan Data	87
4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	87
4.2.2 Karakteristik Umur Responden	88
4.2.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	89
4.2.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	90
4.2.5 Karakteristik Penghasilan Bulanan Responden.....	91
4.3 Hasil Perhitungan Angket <i>SERVQUAL</i>	92
4.4 Analisis <i>Gap</i>	96
4.5 <i>House of Quality (HOQ)</i>	99
4.5.1 Jendela Kiri (<i>Voice of Customer</i>)	99
4.5.2 Langit-langit (<i>Voice of Engineer</i>).....	100
4.5.3 Ruang-an-ruangan (<i>Correlation/ Relationship Matrix</i>).....	101
4.5.4 Jendela Kanan (<i>Competitive Analysis</i>).....	104
4.5.5 Atap (<i>Technical Correlation</i>).....	105
4.5.6 Fondasi (<i>Our Important Ratings</i>).....	107
4.5.7 <i>House of Quality</i> Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto	109
4.5.8 Analisis <i>House of Quality</i>	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN KUESIONER.....	119
<i>CURRICULUM VITAE</i>	123

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model <i>QFD</i> dalam Perusahaan Jasa.....	21
Gambar 2.2	Model Kualitas Jasa.....	23
Gambar 2.3	Model <i>House of Quality</i>	25
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Dapoer Pandan Wangi.....	57
Gambar 3.2	Proses Operasi Dapoer Pandan Wangi.....	76
Gambar 4.2	Karakteristik Umur Responden.....	88
Gambar 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	89
Gambar 4.4	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	90
Gambar 4.5	Karakteristik Penghasilan Bulanan Responden.....	91
Gambar 4.6	Atap (<i>Technical Correlation</i>).....	106
Gambar 4.7	(<i>HOQ</i>) Dapoer Pandan Wangi Sunda Resto.....	110



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Data <i>Restaurant</i> Sunda di Kota Bandung.....	4
Tabel 2.1	Simbol dalam <i>Relationship Matrix</i>	30
Tabel 2.2	Derajat Pengaruh Teknis.....	31
Tabel 4.1	Bagian I: Angket Ekspektasi/Harapan.....	82
Tabel 4.2	Bagian II: Angket Persepsi.....	85
Tabel 4.3	Hasil Penghitungan Angket Bag. I : Ekspektasi...	93
Tabel 4.4	Hasil Penghitungan Angket Bag. II : Persepsi.....	95
Tabel 4.5	Analisis <i>Gap</i>	97
Tabel 4.6	Jendela Kiri (<i>Voice of Customer</i>).....	100
Tabel 4.7	Langit-langit (<i>Voice of Engineer</i>).....	101
Tabel 4.8	Korelasi <i>Voice of Engineer & Voice of Customer</i> .	103
Tabel 4.9	Jendela Kanan (<i>Competitive Analysis</i>).....	105
Tabel 4.10	Fondasi/ <i>Our Important Ratings</i>	107

