

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan yang ada, maka setiap usaha bisnis dituntut untuk selalu cermat dan memperhatikan keinginan dari pasar. Adanya persaingan menyebabkan setiap usaha distro yang ada dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Peningkatan kualitas pelayanan yang ada akan meningkatkan kepuasan dari konsumen. Dengan adanya pemenuhan kebutuhan konsumen akan pelayanan yang diberikan maka akan mempengaruhi kesetiaan konsumen terhadap usaha distro yang ada. Saat ini masalah yang sedang dihadapi oleh distro Jordan adalah penurunan jumlah konsumen yang ada.

Untuk menghadapi permasalahan yang terjadi maka diperlukannya upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD dimulai dengan mencari *customer needs* yang ada melalui kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup yang dilakukan kepada 30 responden. Setelah didapatkannya *customer needs* maka dilakukan penyusunan kuesioner penelitian pendahuluan. Kuesioner ini disebar kepada 30 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. 30 responden yang dimaksud yaitu konsumen dari distro Jordan dan juga konsumen distro Oracle yang merupakan distro pesaing. Setelah dilakukannya penyebaran kuesioner pendahuluan maka langkah selanjutnya adalah penyebaran kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan kepada konsumen distro Jordan dan juga konsumen distro Oracle. Data hasil penyebaran kuesioner penelitian pendahuluan dan kuesioner penelitian kemudian diolah, dihitung, dan disajikan dalam *Planning Matrix*. Metode QFD yang ada digunakan untuk merancang dan menyusun perbaikan kualitas pelayanan yang ada. Metode QFD yang digunakan hanya pada *House of Quality*. Pada *House of Quality* diketahui bahwa yang menjadi prioritas utama adalah tata letak *fitting room*, rak pajangan, meja kasir dan etalase dimana hal ini berhubungan langsung dengan kenyamanan dari konsumen.

Dari pembuatan *House of Quality* didapat usulan yang dapat membantu distro Jordan dalam memperbaiki kualitas pelayanan. *Customer needs* yang menjadi prioritas utama adalah kecepatan pelayanan dalam melayani konsumen. *Technical response* yang menjadi prioritas utama adalah tata letak *fitting room*, rak pajangan, meja kasir, dan etalase. Usulan yang diberikan yaitu mengenai penetapan perekrutan karyawan, penyediaan *stock card* untuk setiap produk yang ada, dan metode pemajangan produk distro. Pemberian usulan dilakukan untuk mempercepat proses pelayanan dan pemenuhan kebutuhan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan dari konsumen yang ada.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Manfaat Penelitian	1-4
1.7 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perkembangan Bisnis Jasa	2-1
2.2 Jasa	2-1
2.2.1 Pengertian Jasa	2-1
2.2.2 Klasifikasi Jasa	2-3
2.2.3 Karakteristik Jasa	2-6
2.3 Kualitas Jasa	2-8
2.3.1 Pengertian Kualitas	2-8
2.3.2 Definisi Kualitas Jasa	2-8
2.3.3 Dimensi Kualitas Jasa	2-9
2.3.4 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	2-12

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

2.4 Kepuasan Pelanggan	2-13
2.4.1 Konsep Mengenai Pelanggan	2-13
2.4.2 Definisi Kepuasan Pelanggan	2-14
2.4.3 Konsep Kepuasan Pelanggan	2-14
2.4.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	2-15
2.5 Metode Pengumpulan Data	2-17
2.6 Populasi dan Sampel	2-22
2.6.1 Populasi	2-22
2.6.2 Sampel	2-22
2.6.2.1 Teknik Sampling	2-23
2.6.2.2 Ukuran Sampel	2-26
2.7 Skala Pengukuran	2-27
2.7.1 Macam-Macam Skala Pengukuran	2-27
2.7.2 Tipe Skala Pengukuran	2-29
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-31
2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-31
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-33
2.9 <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	2-35
2.9.1 Sejarah QFD	2-35
2.9.2 Definisi QFD	2-35
2.9.3 QFD dan TQM	2-36
2.9.4 Manfaat QFD	2-36
2.9.5 Tahapan QFD	2-38
2.9.6 <i>House of Quality</i> (Rumah Kualitas)	2-39
2.9.6.1 <i>Customer Needs & Benefit</i>	2-39
2.9.6.2 <i>Planning Matrix</i>	2-40
2.9.6.3 <i>Technical Response</i>	2-43
2.9.6.4 <i>Impatc, Relationship, and Priority</i>	2-43

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

2.9.6.5 <i>Technical Correlation</i>	2-44
2.9.6.6 <i>Technical Benchmarks</i>	2-45
2.9.6.7 <i>Targets</i>	2-45

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-1
3.2 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.3 Studi Pustaka.....	3-5
3.4 Perumusan Masalah.....	3-5
3.5 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.6 Menentukan Obyek Penelitian dan Distro Pesaing.....	3-6
3.7 Menentukan Teknik Sampling dan jumlah sampel.....	3-7
3.8 Identifikasi Variabel Harapan Pelanggan.....	3-9
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.10 Validitas Konstruk.....	3-12
3.11 Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	3-13
3.12 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	3-14
3.13 Pengujian Validitas Instrumen.....	3-14
3.14 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	3-15
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	3-16
3.16 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Lanjutan	3-16
3.17 Pengolahan Data Dengan Metode QFD	3-17
3.18 Analisis.....	3-19
3.19 Pengembangan Usulan.....	3-20
3.20 Kesimpulan dan Saran	3-20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Distro Jordan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Distro Jordan.....	4-1

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

4.1.3 Uraian Jabatan Pada Distro Jordan.....	4-2
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-3
4.3 Penentuan Variabel Harapan Konsumen	4-5
4.3.1 Variabel Harapan Konsumen Sebelum Validasi	
Konstruk.....	4-5
4.3.2 Variabel Harapan Konsumen Setelah Validasi	
Konstruk.....	4-5
4.4 Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	4-7
4.4.1 Kuesioner Penelitian Pendahuluan Sebelum Validasi	
Konstruk.....	4-7
4.4.2 Kuesioner Penelitian Pendahuluan Setelah Validasi	
Konstruk.....	4-7
4.5 Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	4-7
4.6 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	4-8
4.7 Penyebaran Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	4-8
4.8 Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	4-9

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
Kuesioner Penelitian Pendahuluan	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1.1 Tingkat Kepentingan.....	5-2
5.1.1.2 Tingkat Kepuasan Distro Jordan.....	5-3
5.1.1.3 Tingkat Kepuasan Distro Oracle.....	5-4
5.1.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Pendahuluan	5-5
5.2 <i>House Of Quality</i>	5-6
5.2.1 <i>Customer Needs</i>	5-6
5.2.2 <i>Planning Matrix</i>	5-12
5.2.2.1 <i>Importance to Customer (ItC)</i>	5-12

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

5.2.2.2 <i>Customer Satisfaction Performance (CuSP), Competitive Satisfaction Performance (CoSP), Goal, Improvement Ratio (IR)</i>	5-13
5.2.2.2.1 <i>Customer Satisfaction Performance (CuSP)</i>	5-13
5.2.2.2.2 <i>Competitive Satisfaction Performance (CoSP)</i>	5-14
5.2.2.2.3 <i>Goal</i>	5-15
5.2.2.2.4 <i>Improvement Ratio (IR)</i>	5-15
5.2.2.2.5 <i>Tabel Customer Satisfaction Performance (CuSP), Competitive Satisfaction Performance (CoSP), Goal, Improvement Ratio (IR)</i>	5-16
5.2.2.3 <i>Sales Point dan Raw Weight (RW)</i>	5-19
5.2.2.3.1 <i>Sales Point (SP)</i>	5-19
5.2.2.3.2 <i>Raw Weight (RW)</i>	5-20
5.2.2.3 <i>Tabel Sales Point dan Raw Weight (RW)</i>	5-20
5.2.2.4 <i>Normalized Raw Weight (NRW) dan Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-21
5.2.2.4.1 <i>Normalized Raw Weight (NRW)</i>	5-21
5.2.2.4.2 <i>Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-22
5.2.2.4.3 <i>Tabel Normalized Raw Weight (NRW) dan Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-22
5.2.3 <i>Technical Response</i>	5-23
5.2.4 <i>Impact, Relationship dan Priority</i>	5-25
5.2.4.1 <i>Impact</i>	5-25
5.2.4.2 <i>Relationship</i>	5-27
5.2.4.3 <i>Priorities</i>	5-27

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

5.2.4.3.1 Nilai <i>Contribution</i>	5-28
5.2.4.3.2 Nilai <i>Normalized Contribution</i>	5-28
5.2.4.3.3 Menentukan <i>Priorities</i>	5-28
5.2.5 <i>Technical Correlation</i>	5-31
5.2.6 <i>Direct Of Goodness</i>	5-32
5.2.7 <i>Technical Benchmark, Targets, dan Usulan</i>	5-33
5.2.7.1 <i>Technical Benchmark</i>	5-33
5.2.7.2 <i>Target</i>	5-33
5.2.7.3 Tabel <i>Competitive Benchmarks, Own Performance dan Targets</i>	5-34
5.2.7.4 Perbandingan Antara Target dan Usulan.....	5-39
5.3 Usulan	5-65
5.3.1 Usulan Penetapan Perekrutan	5-65
5.3.2 Usulan Penyediaan <i>Stock Card</i> Per Produk	5-67
5.3.3 Usulan Metode Pemajangan Produk	5-70

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4

DAFTAR PUSTAKA	xvi
----------------------	-----

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Hasil Kuesioner Terbuka (Distro Pesaing)	3 – 7
3.2	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu	3 - 8
3.3	Kuesioner Tertutup dan Kuesioner Terbuka	3 - 10
3.4	Variabel Harapan Konsumen Awal	3 - 11
4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner Terbuka	4 - 4
4.2	Variabel Harapan Konsumen Setelah Validasi Konstruk	4 - 6
5.1	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5 - 2
5.2	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepuasan Distro Jordan	5 - 3
5.3	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepuasan Distro Oracle	5 - 4
5.4	Hasil Pengujian Reabilitas	5 - 6
5.5	Nilai <i>Important to Customer</i>	5 - 12
5.6	Tabel CuSP, CoSP, <i>Goal</i> , dan IR	5 - 16
5.6	Tabel <i>Competitive Satisfaction Performance</i> (CoSP)	5 - 10
5.7	Nilai <i>Sales Point</i> dan <i>Raw Weight</i>	5 - 20
5.8	Nilai <i>Normalized Raw Weight</i> dan <i>Cum Normalized Raw Weight</i>	5 - 22
5.9	Penentuan Prioritas Untuk Tiap <i>Technical Response</i>	5 - 29
5.10	<i>Competitive Benchmarks, Own performance</i> dan <i>Targets</i>	5 - 34

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	2 - 14
2.2	Teknik Sampling	2 - 23
2.3	Skala Pengukuran	2 - 28
2.4	Empat Fase Dalam <i>Quality Function Deployment</i>	2 - 38
2.5	<i>House Of Quality</i>	2 - 39
3.1	Metode Penelitian	3 - 1
4.1	Struktur Organisasi Distro Jordan	4 - 1

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul
L1	Hasil Penyebaran Kuesioner Tertutup
L2	Kuesioner Terbuka (Distro Pesaing)
L3	Kuesioner Awal Sebelum Validasi Konstruk
L4	Validasi Konstruk
L5	Kuesioner Penelitian
L6	Data Mentah Tingkat Kepentingan
L7	Data Mentah Tingkat Kepuasan Distro Jordan
L8	Data Mentah Tingkat Kepuasan Distro Oracle
L9	Uju Validitas dan Reliabilitas
L10	Perhitungan ItC
L11	Perhitungan CuSP
L12	Perhitungan CoSP
L13	Technical Response
L14	House of Quality (HOQ)
L15	Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i>
L16	Berita Acara Seminar Proposal Tugas Akhir
L17	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir
L18	Berita Acara Sidang Tugas Akhir