

ABSTRAK

Perkembangan industri retail yang semakin pesat mendorong Yomart sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini perlu melakukan beberapa perubahan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu usaha yang perlu dilakukan oleh Yomart adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan di setiap gerainya yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Semakin ketatnya persaingan yang menyebabkan banyaknya konsumen Yomart yang beralih berbelanja ke minimarket lain serta jumlah gerai-gerai Yomart yang tidak mengalami peningkatan jumlah gerai yang signifikan dibandingkan dengan para pesaingnya seperti Indomaret dan Alfamart, mengakibatkan kehilangan keuntungan bagi perusahaan. Maka dengan itu perlu dilakukan upaya perbaikan dan peningkatan pelayanan. Pada penelitian ini digunakan metode QFD yang diintegrasikan dengan Model Kano. Dalam membuat QFD diperlukan *customer needs* yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada konsumen yang pernah berbelanja di Yomart. Data yang diperoleh kemudian diolah, dihitung, dan disajikan dalam *Planning matrix*. Dalam *Planning matrix*, dilakukan pengintegrasian dengan model Kano untuk mengkategorikan variabel harapan konsumen yang kemudian dilanjutkan dengan menurunkan atribut kualitas menjadi terukur secara teknis.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh tiga hal yang berhubungan dengan pelayanan Yomart yaitu untuk (1) variabel-variabel harapan konsumen, diantaranya: kebersihan ruangan minimarket, kelengkapan produk yang ditawarkan, produk yang dijual tidak mengalami kerusakan (isi, kemasan), dan lain-lain; (2) karakteristik teknis sebanyak 50, diantaranya: ketersediaan peralatan dan perlengkapan kebersihan, frekuensi pengecekan barang yang dijual, dan lain-lain; (3) karakteristik proses sebanyak 20, diantaranya: pembuatan jadwal pembersihan ruangan minimarket, menetapkan prosedur penerimaan barang dagangan, dan lain-lain.

Untuk mencapai tiga hal tersebut, dapat dilakukan tindakan penyusunan prosedur-prosedur berkaitan dengan pelayanan Yomart diantaranya: tahapan dalam pembuatan jadwal pembersihan ruangan minimarket, tahapan dalam merancang desain toko, dan lain-lain. Namun dalam penelitian ini tidak hanya berhenti sampai pada penyusunan prosedur pelayanan dan prosesnya, tetapi dapat dilanjutkan dengan mengimplementasikan prosedur yang ada sesuai dengan prosesnya.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Manfaat Penelitian	1-3
1.7 Sistematika Penulisan Laporan.....	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pelanggan	2-1
2.1.1 Pengertian Pelanggan	2-1
2.1.2 Jenis Pelanggan	2-2
2.1.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	2-2
2.1.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	2-3
2.2 Pengertian Jasa	2-4
2.3 Karakteristik Jasa	2-4
2.4 Kualitas Jasa.....	2-6
2.5 Dimensi Kualitas	2-6
2.6 Metode Pengumpulan Data	2-7
2.6.1 Wawancara.....	2-7

2.6.2	Kuesioner	2-7
2.6.3	Observasi.....	2-8
2.7	Populasi dan Sampel	2-8
2.7.1	Populasi	2-8
2.7.2	Sampel.....	2-9
2.7.2.1	Teknik Sampling.....	2-10
2.8	Skala Pengukuran.....	2-13
2.8.1	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-13
2.8.2	Tipe Skala Pengukuran.....	2-14
2.9	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-16
2.9.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-16
2.9.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.10	Model Kano.....	2-18
2.11	<i>Total Quality Management (TQM)</i>	2-21
2.11.1	Definisi TQM.....	2-21
2.11.2	Prinsip-Prinsip TQM.....	2-22
2.11.3	Manfaat TQM.....	2-23
2.12	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	2-25
2.12.1	Pengertian QFD.....	2-25
2.12.2	Manfaat QFD.....	2-26
2.12.3	Matrik <i>House of Quality</i>	2-26
2.12.4	Tahapan-tahapan Implementasi <i>Quality Function Deployment</i>	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3-1
3.2	Identifikasi Masalah	3-6
3.3	Studi Pustaka	3-6
3.4	Perumusan Masalah	3-6
3.5	Tujuan Penelitian	3-7
3.6	Menentukan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel.....	3-7
3.7	Identifikasi Variabel Harapan Pelanggan.....	3-8
3.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.9	Validitas Konstruksi.....	3-10

3.10	Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan	3-11
3.13	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Pendahuluan	3-11
3.12	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	3-11
3.12.1	Uji Validitas.....	3-11
3.12.2	Pengujian Reliabilitas.....	3-12
3.13	Penyebaran Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	3-12
3.14	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	3-13
3.15	Identifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano.....	3-13
3.16	Membuat HOQ Tahap <i>Product Planning</i> dan <i>Design Planning</i>	3-14
3.17	Analisis HOQ Tahap <i>Product Planning</i> dan <i>Design Planning</i>	3-19
3.18	Membuat HOQ Tahap <i>Process Planning</i>	3-20
3.19	Analisis HOQ Tahap <i>Process Characteristic</i>	3-21
3.20	Analisis.....	3-22
3.21	Pengembangan Usulan.....	3-22
3.22	Kesimpulan dan Saran.....	3-22

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Tinjauan Umum Tentang Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah PT. YOMART RUKUN SELALU	4-1
4.1.2	Visi dan Misi PT. YOMART RUKUN SELALU	4-1
4.1.3	Budaya PT. YOMART RUKUN SELALU	4-2
4.1.4	Aspek Perusahaan	4-3
4.1.5	<i>Franchise</i> YOMART	4-5
4.1.5.1	<i>Franchise</i> YOMART	4-5
4.1.5.2	Syarat Menjadi Mitra <i>Franchise</i> YOMART	4-6
4.1.5.3	Proses Kerjasama	4-6
4.1.5.4	Perkiraan dan Perincian Dana Investasi	4-8
4.1.5.5	<i>Management Fee</i>	4-8
4.1.5.6	<i>Royalti Fee & DC Fee</i>	4-8
4.2	Struktur Organisasi	4-9
4.2.1	Struktur Organisasi PT. YOMART RUKUN SELALU	4-9
4.2.2	Struktur Organisasi di Gerai YOMART	4-11
4.2.3	Deskripsi Jabatan	4-12

4.3	Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-14
4.3.1	Penentuan Variabel Harapan Konsumen	4-14
4.3.2	Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan	4-15
4.3.3	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Pendahuluan	4-16
4.3.4	Penyebaran Kuesioner Lanjutan	4-16
4.3.5	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	4-16

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1.	Uji Validitas Kuesioner Penelitian Pendahuluan	5-1
5.2.	Uji Reliabilitas	5-8
5.3.	Uji Validitas Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	5-8
5.4.	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian Lanjutan.....	5-15
5.5.	Deskripsi Umum Responden	5-15
5.5.1	Analisis Profil Responden.....	5-15
5.5.2	Analisis Perilaku Responden	5-19
5.6.	QFD Tahap <i>Product Planning & Design Planning</i>	5-22
5.6.1	<i>Customer Needs</i>	5-22
5.6.2	Identifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano	5-24
5.6.3	<i>Planning Matrix</i>	5-30
5.6.3.1	<i>Importance to Customer (ItC)</i>	5-30
5.6.3.2	<i>Customer Satisfaction Performance</i>	5-32
5.6.3.3	<i>Competitive Satisfaction Performance</i>	5-34
5.6.3.4	<i>Goal</i>	5-36
5.6.3.5	<i>Adjustment of Improvement Ratio</i>	5-37
5.6.3.6	<i>Sales Point</i>	5-40
5.6.3.7	<i>Raw Weight</i>	5-42
5.6.3.8	<i>Normalized Raw Weight</i>	5-44
5.6.3.9	<i>Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-46
5.6.3.10	<i>Customer Rating</i>	5-48
5.6.4	<i>Technical Response (Substitute Quality Characteristic/SQC)</i>	5-50
5.6.5	<i>Impact, Relationship, dan Priority</i>	5-55
5.6.5.1	<i>Impact</i>	5-55
5.6.5.2	<i>Relationship</i>	5-55

5.6.5.3	<i>Priorities</i>	5-56
5.6.6	<i>Technical Correlation</i>	5-59
5.6.7	<i>Direct of Goodness</i>	5-59
5.6.8	<i>Target</i>	5-60
5.6.9	<i>Process Planning</i>	5-70
5.6.9.1	<i>Process Characteristic</i>	5-70
5.6.9.2	<i>Impact, Relationship, dan Priority</i>	5-72
5.6.9.2.1	<i>Impact</i>	5-72
5.6.9.2.2	<i>Relationship</i>	5-73
5.6.9.2.3	<i>Priorities</i>	5-74
5.6.9.3	<i>Target</i>	5-76
5.7	<i>Analisis Pengolahan Data</i>	5-77
5.7.1	<i>Analisis Goal</i>	5-77
5.7.2	<i>Analisis Technical Response</i>	5-95
5.8	<i>Usulan</i>	5-107
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	<i>Kesimpulan</i>	6-1
6.2	<i>Saran</i>	6-4
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Model Kano.....	2-20
2.2	<i>Sales Point</i>	2-30
2.3	Simbol dan Nilai Matrik Interaksi.....	2-31
2.4	Simbol Interaksi Parameter Interaksi	2-31
3.1	Variabel Harapan Konsumen	3-8
3.2	Variabel Penelitian	3-11
3.3	Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan	3-13
3.4	Penyebaran Kuesioner Penelitian Lanjutan	3-15
3.5	Model Kano.....	3-16
4.1	Daftar Cabang YOMART	4-3
4.2	Daftar <i>Franchise</i> YOMART	4-5
4.3	Perkiraan dan Perincian Dana Investasi	4-8
4.4	<i>Management Fee</i>	4-8
5.1	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-2
5.2	Uji Validitas Tingkat Kepuasan YOMART.....	5-4
5.3	Uji Validitas Tingkat Kepuasan INDOMARET	5-5
5.4	Uji Validitas Tingkat Kepuasan ALFAMART	5-7
5.5	Uji Reliabilitas	5-8
5.6	Uji Validitas Lanjutan Tingkat Kepentingan	5-9
5.7	Uji Validitas Lanjutan Tingkat Kepuasan YOMART	5-10
5.8	Uji Validitas Lanjutan Tingkat Kepuasan INDOMARET.....	5-12
5.9	Uji Validitas Lanjutan Tingkat Kepuasan ALFAMART.....	5-13
5.10	Uji Reliabilitas Lanjutan	5-15
5.11	Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	5-15
5.12	Deskripsi Usia Responden	5-16
5.13	Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden.....	5-18
5.14	Deskripsi Profesi Responden	5-19
5.15	Deskripsi Surat Kabar Responden	5-20

5.16	Deskripsi Frekuensi Berbelanja Responden.....	5-21
5.17	Deskripsi Hari yang Digemari Responden Untuk Berbelanja	5-21
5.18	Tabel Evaluasi Kano	5-24
5.19	Rangkuman Hasil Kuesioner Untuk Kategori Kano.....	5-25
5.20	Kategori Kano	5-28
5.21	<i>ItC, CuSP, CoSP₁, CoSP₂</i>	5-30
5.22	Tabel <i>Adjustment of Improvement Ratio</i>	5-38
5.23	<i>Sales Point</i>	5-40
5.24	<i>Raw Weight</i>	5-42
5.25	<i>Normalized Raw Weight</i>	5-45
5.26	<i>Cummulative Normalized Raw Weight</i>	5-46
5.27	<i>Customer Rating</i>	5-49
5.28	<i>Urutan Priorities</i>	5-58
5.29	<i>Urutan Priorities Process Characteristic</i>	5-75
5.30	<i>SOP Penerimaan Barang Dagangan</i>	5-111

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Manfaat Program TQM.....	2-24
2.2	Sistem Program TQM	2-24
2.3	Pengembangan Matriks <i>House of Quality</i>	2-27
2.4	<i>The House of Quality</i>	2-28
3.1	Kerangka Pemecahan Masalah	3-2
3.2	HOQ Tahap <i>Product Planning</i> dan <i>Design Planning</i>	3-19
3.3	HOQ Tahap <i>Process Characteristic</i>	3-21
4.1	Proses Kerjasama <i>Franchise</i>	4-7
4.2	Struktur Organisasi	4-10
4.3	Struktur Organisasi di Gerai YOMART	4-11
5.1	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Jenis Kelamin Responden	5-16
5.2	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Usia Responden.....	5-17
5.3	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden	5-18
5.4	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Profesi Responden.....	5-19
5.5	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Surat Kabar Responden.....	5-20
5.6	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Berbelanja Responden	5-21
5.7	<i>Pie Chart</i> Deskripsi Hari yang Digemari Responden Untuk Berbelanja.....	5-22
5.8	Grafik <i>Customer Rating</i>	5-48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Form Hasil Seminar Proposal	L1-1
2	Catatan Bimbingan Tugas Akhir.....	L2-1
3	Lembar Validitas Konstruksi	L3-1
4	Kuesioner Penelitian	L4-1
5	Data Mentah Hasil Kuesioner	L5-1
6	Tabel r <i>Product Moment</i>	L6-1
7	<i>Output</i> SPSS Pengujian Validitas & Reliabilitas	L7-1
8	<i>HOQ Product & Design Planning</i>	L8-1
9	<i>HOQ Process Planning</i>	L9-1
10	Form Hasil Seminar Isi	L10-1
11	Form Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir	L11-1