


**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN RENTAL MOBIL R DENGAN
PENERAPAN RUMAH KUALITAS** 



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Theresa T. B Swaraswati

2016120178

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/ /S/VII/2018

BANDUNG

2020

**R CAR RENTAL SERVICE QUALITY IMPROVEMENT USING HOUSE OF
QUALITY**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Management

By:

Theresa T. B Swaraswati

2016120178

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMIC

MANAGEMENT DEPARTMENT

Accredited by National Accreditation Agency No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/

/S/VII/2018

BANDUNG

2020

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN RENTAL MOBIL R DENGAN
PENERAPAN RUMAH KUALITAS**

Oleh:


Theresa T. B Swaraswati

2016120178

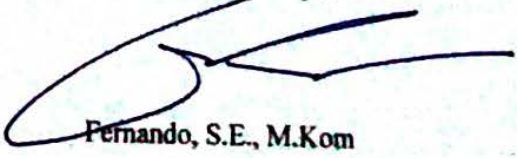
SKRIPSI

Bandung, 11 Januari 2020

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Isuharini, CMA

Pembimbing Skripsi


Fernando, S.E., M.Kom

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Theresa Taruli Basa Swaraswati
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 19 Desember 1996
NPM : 2016120178
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
"Peningkatan Kualitas Layanan Rental Mobil R dengan Penerapan Rumah Kualitas"
yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Fernando, S.E., M.Kom.
Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 11 Januari 2020
Pembuat pernyataan :



(Theresa T. B Swaraswati)

ABSTRAK

Rental mobil R merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bisnis transportasi berupa penyewaan mobil. Rental mobil yang didirikan pada tahun 2004 ini telah meraih banyak pasar pada tahun 2007. Namun, rental mobil yang terletak di daerah Antapani ini mengalami penurunan bisnis hingga tahun 2019 karena target pasar lebih memilih pesaing lain seperti transportasi *online* yang menjadi *trend* pada era teknologi sekarang ini. Transportasi *online* mampu memenuhi perubahan kebutuhan pasar yang dipengaruhi oleh perubahan zaman. Maka dari itu, Rental Mobil R juga perlu mengetahui dan mendengarkan kebutuhan dan keinginan target pasar sekarang ini agar tetap bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Dalam penelitian untuk membantu Rental Mobil R menemukan solusi atas masalah yang dihadapi, penulis menggunakan alat bantu rumah kualitas (*House of Quality*). Dengan rumah kualitas, maka kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat diketahui berapa tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Lalu berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut dapat ditentukan karakteristik teknik untuk memenuhi tiap atribut kebutuhan dan keinginan.

Hasil dari penelitian ini adalah diketahuinya karakteristik kebutuhan dan keinginan yang dianggap paling penting oleh pelanggan adalah keamanan ketika menyewa mobil dengan supir (supir mematuhi aturan lalu lintas) dengan nilai 4.73, sedangkan yang kurang penting (dengan nilai berkisar di antara 3 dan 4) adalah kerapian penampilan staf, kerapian penampilan supir, dan kebersihan lingkungan kantor. Selain itu masih terdapat kesenjangan di antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan kebutuhan dan keinginan. Kesenjangan terbesar adalah kondisi mesin mobil dengan nilai kesenjangan 0.76. Dari masing-masing karakteristik kebutuhan dan keinginan ditentukan karakteristik teknik. Berdasarkan tingkat kepentingan relatif, prioritas karakteristik teknik yang utama adalah menyapa pelanggan, yaitu sebesar 7.66%. Dalam menentukan perbaikan perlu menimbang antara kinerja perusahaan dalam melakukan karakteristik teknik serta tingkat kepentingan relatif karakteristik teknik tersebut. Jika perusahaan memiliki kinerja dengan nilai 4 atau 5, maka kinerja tersebut perlu dipertahankan.

Kata kunci: manajemen kualitas, rumah kualitas, kualitas layanan, rental mobil

ABSTRACT

R Car Rental is one of the companies engaged in the business of transportation such as rental cars. The car rental which was established in 2004 has achieved many markets in 2007. However, the car rental which are located in Antapani areas experiencing a decline business until 2019 because the target market prefers other competitors such as online transportation that became a trend in today's technological era. Online Transportation able to meet the changing needs of the market which are affected by the changing times. Therefore, R Car Rental also need to know and listen to the needs and desires of today's target market in order to remain able to meet those needs and wants.

In this research to assist R Car Rental to find solutions to solve the problems, the author use tools House of Quality (HOQ). With HOQ, the needs and desires of customers can be known its level of interest and the company's performance in meeting those needs and wants. Then based on customer needs and desires can be determined the characteristic techniques to meet the needs and desires of each attribute.

The results of this research is knowing the characteristics of the needs and desires that are considered most important by customers, which is security when renting a car with driver (drivers obey traffic rules) with a value of 4.73, while the less important (with a value ranging between 3 and 4) is the neatness of appearance of staff, neatness of appearance driver, and the cleanliness of the office environment. In addition there is gap between the level of performance of the company to the importance of the needs and desires. The biggest gap is the condition of the car engine with a gap value of 0.76. From each characteristic of needs and desires the technical characteristics are determined. Based on the relative importance rate, the first priority is greeting the customers, with value 7.66%. For determining to do the improvement, company performance and relative importance rate have to be considered. If the company's value performance is 4 or 5, then the performance should be maintained.

Keywords: house of quality, quality management, service quality, car rental

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih sebab atas berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Penulis juga hendak mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat kepada penulis sejak kecil hingga sekarang penulis telah menyelesaikan skripsinya di Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.
3. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si. sebagai dosen seminar penulis yang telah memberi petunjuk kepada penulis untuk menentukan topik skripsi.
4. Ibu Dr. Istiharini, CMA selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Dr. Amelia Setiawan, CISA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang telah membimbing dan mendukung penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Bapak TOM sebagai pemilik Rental Mobil R yang bersedia untuk mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian terhadap perusahaannya.
8. Michella, Monica, Jerikho, dan Titus sebagai teman dekat penulis sejak penulis menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Alvin, Angel, Stella, Linda, Queeny, Devi, Celia, Michael, dan Michelle sebagai teman SMA penulis yang juga menempuh pendidikan di Universitas

Katolik Parahyangan yang memberi dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.

10. Marsyella dan Delivia sebagai teman SMA penulis yang menempuh pendidikan di luar negeri namun tetap memberikan dukungan pada penulis dalam menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Frederik dan Michael sebagai teman SMP penulis yang juga menempuh pendidikan di fakultas ekonomi yang memberi dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Jesslyn, Jessica, dan Hizkia sebagai teman penulis saat penulis masih menempuh pendidikan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Maranatha yang tetap memberi dukungan kepada penulis dalam menempuh pendidikan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
13. Segenap keluarga besar Manajemen Universitas Katolik Parahyangan angkatan 2016.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.4 Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kualitas	10
2.2 Manajemen Kualitas	10
2.3 Kualitas Layanan.....	11
2.4 Penyebaran Fungsi Kualitas.....	13
2.5 Rumah Kualitas	13
2.5.1 Matriks Rumah Kualitas	15
2.5.2 Langkah Pembentukan Rumah Kualitas	16
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.1.1 Jenis Penelitian	19
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	20
3.1.4 Operasionalisasi Variabel.....	21
3.1.5 Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian	22
3.1.6 Skala penilaian.....	23
3.1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	24
3.2 Objek Penelitian	25

3.2.1 Sejarah Perusahaan Rental Mobil R	25
3.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Rental Mobil R	26
3.2.3 Sarana dan Prasarana Perusahaan Rental Mobil R	27
3.2.4 Layanan Perusahaan Rental Mobil R.....	27
BAB 4 PEMBAHASAN	28
4.1 Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	28
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	28
4.1.2 Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	31
4.2 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	32
4.2.1 Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	32
4.2.2 Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	35
4.2.3 Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	37
4.2.4 Penentuan Nilai Target Kinerja Perusahaan.....	40
4.2.5 Rasio Peningkatan Kinerja Perusahaan.....	41
4.3 Karakteristik Teknik Perusahaan.....	44
4.4 Hubungan antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik Perusahaan	47
4.4 Hubungan antarkarakteristik Teknik Perusahaan	50
4.6 Penetapan Rencana Perbaikan Kualitas Layanan Perusahaan	52
4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	52
4.6.2 Target Karakteristik dan Tingkat Kesulitan Perusahaan.....	54
4.6.3 Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	57
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Preferensi Jenis Transportasi	3
Tabel 1.2 Jumlah Peminat Rental Mobil berdasarkan Perpindahan Titik Lokasi	4
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	21
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dengan Korelasi Pearson.....	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas dengan Cronbach's alpha	30
Tabel 4.3 Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	31
Tabel 4.4 Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	33
Tabel 4.5 Tabel Rata-Rata Tingkat Kinerja Perusahaan.....	35
Tabel 4.6 Nilai Kesenjangan	38
Tabel 4.7 Nilai Target Kinerja Perusahaan	40
Tabel 4.8 Rasio Peningkatan Kinerja.....	42
Tabel 4.9 Rasio Peningkatan Sepuluh Atribut berdasarkan Urutan	43
Tabel 4.10 Karakteristik Teknik	45
Tabel 4.11 Hubungan antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan dengan Karakteristik Teknik Perusahaan.....	47
Tabel 4.12 Hubungan antarkarakteristik Teknik	51
Tabel 4.13 Tabel Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	52
Tabel 4.14 Target Karakteristik dan Tingkat Kesulitan.....	54
Tabel 4.15 Tingkat Kepentingan Absolut	57
Tabel 4.16 Tingkat kepentingan relatif	62
Tabel 4.17 Tingkat Kepentingan Absolut dan Relatif sesuai urutan	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks Rumah Kualitas	15
Gambar 3.1 Bagan Organisasi Perusahaan Rental Mobil R.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pertanyaan *Preliminary Research*
- Lampiran 2 Foto Mobil dan Kantor Perusahaan Rental Mobil R
- Lampiran 3 Paket Sewa Mobil
- Lampiran 4 Kuesioner
- Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan
- Lampiran 6 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja
- Lampiran 7 Hasil Uji Valilditas Kuesioner
- Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Data Kuesioner
- Lampiran 9 Profil Responden
- Lampiran 10 Rumah Kualitas

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era yang serba cepat ini diperlukan mobilitas tinggi untuk dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Sarana transportasi sekarang menjadi kebutuhan untuk mempermudah aktivitas. Bell et al. (1997) menyatakan bahwa:

“Everybody travels whether it be to work, play, shop or do business. All raw materials must be conveyed from the land to a place of manufacture or usage, and all goods must be moved from the factory to the market place and from the staff to the consumer. Transport is the means by which these activities occur.”

Dengan pernyataan ini, berarti transportasi adalah sarana untuk memindahkan objek (orang maupun barang) dari satu tempat ke tempat lain.

Transportasi terdiri dari berbagai macam jenis, ada darat, laut, maupun udara. Dalam menunjang aktivitas dalam satu kota, tentunya yang paling berperan adalah transportasi darat. Transportasi darat pun ada beragam, seperti mobil, motor, kereta, dan lainnya. Transportasi darat yang bersifat lebih fleksibel adalah mobil dan motor karena tidak ada rute khusus tertentu, seperti kereta yang memerlukan rel dengan stasiun pemberhentian khusus.

Dengan tingginya kebutuhan transportasi untuk menunjang mobilitas dan kecepatan aktivitas, maka bisnis dalam bidang transportasi pun menjadi peluang besar. Dari fakta yang penulis paparkan di atas dapat disimpulkan juga bahwa bisnis transportasi mobil pun memiliki peluang yang tinggi.

Namun dalam berbisnis, walaupun peluang besar, masalah bisa saja terjadi. Penulis menganalisis salah satu perusahaan rental mobil, yaitu Rental Mobil R. Masalah yang dialami oleh perusahaan rental mobil tersebut adalah menurunnya jumlah pelanggan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, beliau mengatakan bahwa penyebab menurunnya jumlah pelanggan

adalah karena adanya transportasi *online*. Pemilik menyatakan bahwa target pasar lebih memilih transportasi *online* untuk perjalanan jarak dekat (dalam kota) daripada menyewa mobil. Target pasar dari Rental Mobil R adalah masyarakat berusia 17-60 tahun dengan mobilitas yang tinggi di dalam kota untuk keperluan wisata ataupun bisnis dan juga yang ingin bepergian ke luar kota. Pemilik menyatakan belum berani memutuskan untuk menggunakan teknologi saat ini seperti *platform online* karena dianggap rawan dengan penipuan. Menurunnya jumlah pelanggan mengakibatkan adanya kapasitas yang tidak terpakai. Pemilik mengatakan bahwa dari target sewa per minggu yang ditetapkan, jumlah sewa per minggu yang sebenarnya hanya mencapai sekitar 40% dari target.

Dari hasil wawancara dengan pemilik yang menyatakan bahwa transportasi *online* menurunkan minat target pasar untuk menyewa mobil pada perjalanan jarak dekat, penulis pun melakukan *preliminary research* pada 20 orang responden yang pernah menggunakan jasa transportasi *online* dan rental mobil tentang preferensi antara transportasi *online* dengan rental mobil untuk perjalanan dengan perpindahan 5 titik lokasi di dalam kota. *Preliminary research* ini dilakukan untuk mengetahui pilihan dari responden, apakah mayoritas lebih memilih transportasi *online* atau rental mobil untuk perjalanan jarak dekat dengan perpindahan 5 titik lokasi dalam kota. Hasil *preliminary research* ini disajikan dalam tabel 1.1 dan tabel 1.2.

Tabel 1.1
Preferensi Jenis Transportasi

Jenis transportasi	Jumlah peminat (%)	Alasan
Transportasi <i>online</i>	75	<ul style="list-style-type: none"> • lebih praktis dipesan dan cenderung lebih murah, • sering menawarkan promo seperti <i>voucher</i> diskon • risiko kecil karena semua tanggung jawab pemilik mobil
Rental mobil	25	<ul style="list-style-type: none"> • perjalanan 5 kali akan lebih murah jika menggunakan rental • lebih efisien karena sekali pesan bisa untuk berkali-kali perjalanan • bisa dikendarai sendiri

Sumber: hasil pengolahan data

Penulis juga menanyakan kira-kira berapa kali perpindahan titik lokasi perjalanan dalam kota yang membuat kedua puluh responden memilih rental mobil. Jawabannya pun bervariasi, ada yang lebih dari 2 kali, 5 kali, 7 kali, 10 kali, lebih dari 15 kali. Namun ada 2 orang yang tidak akan memilih rental berapa kali pun perjalanannya selama itu di dalam kota. Jadi, 18 responden masih berminat memilih jasa rental mobil untuk perjalanan dalam kota dengan beberapa perpindahan titik lokasi. Hasil pertanyaan ini disajikan dalam tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jumlah Peminat Rental Mobil berdasarkan Perpindahan Titik Lokasi

Frekuensi perpindahan titik lokasi	Jumlah peminat rental mobil (%)
1-5	27.78
6-10	61.11
11-15	11.11

Sumber: hasil pengolahan data

Dari hasil *preliminary research* ini, penulis mengambil kesimpulan bahwa untuk perjalanan dalam kota memang preferensi terhadap transportasi *online* lebih tinggi dibandingkan rental karena jarak dalam kota masih terhitung dekat sehingga biaya pun cenderung lebih murah. Selain itu, responden lebih memilih transportasi *online* karena cara pemesanan yang mudah serta risiko yang kecil, sehingga penumpang hanya tinggal menikmati jasa yang ada. Transportasi *online* dianggap dapat lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan responden saat ini daripada rental mobil.

“*Quality means those features of products which meet customer needs and thereby provide customer satisfaction*” (Juran, 1999, p. 2.1). Maka produk berkualitas berarti dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, perusahaan rental mobil perlu melakukan peningkatan kualitas. Menurut Shigeo Shingo “*There are four purposes of improvement: easier, better, faster, and cheaper. These four goals appear in the order of priority.*” (seperti dikutip oleh Zeeman, 2018). Dari kutipan Shigeo Shingo, dinyatakan bahwa pelanggan akan memilih layanan yang memiliki lebih mudah, lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah. Dari hasil *preliminary research* yang dilakukan penulis, transportasi *online* memenuhi tujuan lebih mudah (*easier*), lebih cepat (*faster*), dan lebih murah (*cheaper*). Dengan demikian jika rental mobil ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memiliki kekuatan bersaing yang seimbang, maka harus mencapai tujuan peningkatan tersebut.

Transportasi *online* muncul karena perkembangan zaman yang memicu pada perkembangan kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Platform* dari transportasi *online* pun terus berubah mengikuti kebutuhan dan keinginan dari

pelanggan. Maka dari itu, Rental Mobil R harus melakukan evaluasi diri terhadap kinerja teknisnya apakah benar sudah memenuhi keinginan pelanggan. Rental Mobil R juga harus melakukan adaptasi terhadap perkembangan zaman. Hal ini karena kebutuhan dan keinginan pelanggan bersifat dinamis, selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Pada zaman teknologi sekarang ini, kebutuhan dan keinginan pelanggan turut dipengaruhi oleh teknologi informasi. Menurut Haag dan Keen (1996), teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu tugas Anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi (seperti dikutip oleh Kadir & Triwahyuni, 2013). Pada zaman sekarang ini cukup banyak bisnis yang menerapkan teknologi informasi dalam teknisnya untuk bisa beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka dari itu Rental Mobil R diharapkan menerapkan teknologi informasi untuk menunjang kinerja teknisnya sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memenuhinya. Untuk bisa beradaptasi dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dinamis, Rental Mobil R perlu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini dan membuat perencanaan teknik untuk memenuhinya. Salah satu alat bantu yang dapat mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk diterjemahkan ke dalam karakteristik teknik perusahaan adalah rumah kualitas, bagian dari penyebaran fungsi kualitas.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis hendak melakukan penelitian berjudul “Peningkatan Kualitas Layanan Rental Mobil R dengan Penerapan Rumah Kualitas” untuk mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dari jasa rental mobil, lalu merancang karakteristik teknik jasa Rental Mobil R supaya dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Apa saja karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap penting oleh pelanggan jasa rental mobil?
2. Bagaimana penilaian pelanggan perusahaan Rental Mobil R terhadap kinerja Rental Mobil R dibandingkan tingkat kepentingan dari karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan jasa rental mobil?
3. Apa saja karakteristik teknik yang dibutuhkan perusahaan Rental Mobil R?
4. Apa saja perbaikan yang perlu dilakukan Rental Mobil R untuk meningkatkan kualitas layanan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap penting oleh pelanggan jasa rental mobil.
2. Mengetahui penilaian pelanggan perusahaan Rental Mobil R terhadap kinerja Rental Mobil R dibandingkan tingkat kepentingan dari karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan jasa rental mobil.
3. Mengetahui karakteristik teknik yang dibutuhkan perusahaan Rental Mobil R.
4. Mengetahui perbaikan yang perlu dilakukan Rental Mobil R untuk meningkatkan kualitas layanan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan bagi beberapa pihak, antara lain

1. Bagi pemilik
Dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan rental mobil sehingga dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan serta

membantu membuat keputusan yang tepat dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya.

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan rumah kualitas serta peningkatan kualitas layanan dalam bisnis rental mobil.

3. Bagi pembaca

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai peningkatan kualitas layanan dalam bisnis rental mobil serta membantu membuat keputusan yang tepat bagi pembaca yang ingin atau memiliki bisnis rental mobil.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam menjalankan bisnis salah satu bagian yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. *“Quality means those features of products which meet customer needs and thereby provide customer satisfaction”* (Juran, 1999, p. 2.1). Jadi kualitas merupakan tingkatan karakteristik untuk memenuhi kebutuhan akan sesuatu.

Kualitas produk diharapkan dapat memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan. *“Customer expectations are regarded as desires or wants of customers, i.e. what they feel a service provider should offer more than what would offer”* (Hsieh & Yuan, 2010, p. 1130). Jadi ekspektasi pelanggan merupakan apa yang diharapkan pelanggan saat akan merasakan produk yang akan dinikmati manfaatnya.

Agar kualitas dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, maka diperlukan manajemen kualitas yang tepat agar kualitas yang ditetapkan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. *“Quality management is a philosophy aimed at achieving or exceeding customer expectations through an emphasis on employee involvement and continuous improvements in quality.”* (Menezes, 2012, p. 309). Maka dapat dikatakan bahwa manajemen kualitas digunakan agar produk memiliki kualitas yang berkembang terus-menerus sehingga dapat memenuhi bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

Untuk mengetahui apa yang menjadi ekspektasi atau keinginan pelanggan, maka perlu fokus pada pelanggan. “*Customer focus is a valuable and inimitable dynamic capability that facilitates fast response to the changing customer requirements and effective product design that may lead to superior productivity and revenue gains.*” (Elshaer & Augustyn, 2016, p. 1289). Berarti dengan fokus pada pelanggan dapat meningkatkan produktivitas dan menambah pendapatan. “*Customer/consumer orientation is often regarded as the most fundamental value of quality management.*” (Svensson, 2006, p. 23). Maka dari itu orientasi pada pelanggan menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan manajemen kualitas.

Dalam hal ini, rental mobil termasuk ke dalam bisnis yang bergerak dalam produk jasa. Untuk bisnis jasa diperlukan peningkatan dalam hal kualitas layanan (*service quality*). “*Service quality as the gap between the expected quality before customer purchase and the perceived process and result quality after purchase.*” (Zhang, Xie, Huang, & He, 2013, p. 84). Dengan kata lain kualitas layanan adalah apa yang diharapkan pelanggan atas suatu layanan dan apa yang ternyata dirasakan pelanggan dari layanan tersebut. Kualitas layanan yang dirasakan diharapkan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Untuk meningkatkan kualitas yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dapat digunakan alat bantu *Quality Function Deployment* (QFD). Hal ini karena QFD menggunakan suara pelanggan dalam menentukan kualitas produk. “*QFD is a technique that is used in the first place for translating the needs of the customers into design requirements, being based on the philosophy that the ‘voice of the customer’ drives all company operations.*” (Dale, Bamford, & Wiele, 2016, p. 215). Jadi, dengan menggunakan QFD kebutuhan pelanggan diterjemahkan menjadi bahan rancangan pembuatan produk, baik barang maupun jasa.

Langkah pertama dalam QFD adalah rumah kualitas (*house of quality*). “*House of quality is a kind of conceptual map that provides the means for interfunctional planning and communication.*” (Shrivastava, 2016, p. 1365). Jadi

rumah kualitas berfungsi sebagai perencanaan mendalam fungsi-fungsi yang ditawarkan sebuah produk. Shrivastava (2016) mengemukakan bahwa:

”Analysis of service user perceptions or desires can help the organization managers identify expectations which the user or consumer is aware of, but which have not yet been fulfilled by the current services offered. Thus, the house of quality offers an important source for potential improvements as well new investments (Shrivastava, 2016, p. 1365).”

Maka rumah kualitas berfungsi untuk menerjemahkan apa yang diharapkan pelanggan terhadap produk, dalam hal ini jasa, sehingga dapat dilakukan pengembangan yang tepat terhadap produk agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.