

**USULAN PENINGKATAN KUALITAS PRODUK
MENGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
PADA KAFE “ZERO HOUR COFFEE” JALAN CIUMBULEUIT
BANDUNG**



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh

Elsa Silvia Kristiono

2012120084

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN – PT
No. 227/BAN-PT/AK-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2017**

**THE PROPOSE TO IMPROVE THE QUALITY OF PRODUCTS
USING THE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT METHOD
AT “ZERO HOUR COFFEE” CAFE CIUMBULEUIT BANDUNG**



UNDERGRADUATED THESIS

**Submitted to complete one of the requirements of
a Bachelor Degree in Economics**

By:

Elsa Silvia Kristiono

2012120084

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT PROGRAM
(Accredited by the Decree of BAN – PT
No. 227/BAN-PT/AK-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2017**

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



**Usulan Peningkatan Kualitas Produk Menggunakan Metode *Quality Function
Deployment* Pada Kafe “Zero Hour Coffee” Jalan Ciumbuleuit Bandung**

Oleh:

Elsa Silvia Kristiono

2012120084

PERSETUJUAN SKRIPSI UNTUK DISIDANGKAN

Bandung, Januari 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

Dr. Maria Merry Marianti

Ko Pembimbing,

Fernando, S.E., M.Kom.



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Elsa Silvia Kristiono
Tempat, tanggal lahir : Surakarta, 9 Februari 1994
Nomor Pokok : 2012120084
Program Studi : Sarjana Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

Usulan Peningkatan Kualitas Produk Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* Pada Kafe “Zero Hour Coffee” Jalan Ciumbuleuit Bandung

Dengan Pembimbing : Dr. Maria Merry Marianti
Ko Pembimbing : Fernando, S.E., M.Kom.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun 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 paksa oleh pihak manapun.

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 ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 5 Januari 2017
Pembuat pernyataan



(Elsa Silvia Kristiono)

ABSTRAK

Banyaknya kafe yang bermunculan di kota Bandung, menyebabkan persaingan dalam dunia kuliner khususnya kafe semakin ketat. Salah satu kafe yang mengalami persaingan ketat yaitu kafe “*Zero Hour Coffee*” yang berada di jalan Ciumbuleuit No.151 C, Bandung, Jawa Barat. Kafe “*Zero Hour Coffee*” adalah kafe yang menyediakan minuman baik kopi maupun bukan kopi serta makanan. Akibat dari persaingan tersebut, kafe “*Zero Hour Coffee*” tidak dapat memaksimalkan penjualan dan sebagian pelanggan merasa kurang puas dengan kualitas produk yang diberikan oleh kafe “*Zero Hour Coffee*”.

Kualitas produk dari suatu kafe merupakan salah satu kunci kesuksesan kafe tersebut. Maka, kafe “*Zero Hour Coffee*” harus mengetahui apakah kualitas produk yang diberikan dapat memenuhi karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Usulan Peningkatan Kualitas Produk Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* Pada Kafe “*Zero Hour Coffee*” Jalan Ciumbuleuit Bandung**”.

Metode *Quality Function Deployment* memiliki alat bantu yang disebut *House of Quality* yang dapat digunakan untuk membantu penulis dalam mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif yang dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik dari orang, peristiwa, atau situasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada pihak manajemen kafe dan pelanggan serta melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang berasal dari pelanggan kafe “*Zero Hour Coffee*”.

Hasil dari penggunaan *House of Quality* menyatakan bahwa terdapat 13 karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap sangat penting dan 12 karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap penting. Nilai antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan kinerja juga memiliki kesenjangan yang cukup tinggi sehingga kafe “*Zero Hour Coffee*” belum dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan kualitas produk yang diberikan. Untuk meningkatkan kualitas produknya, kafe “*Zero Hour Coffee*” perlu melakukan perbaikan terhadap karakteristik teknik yang memiliki tingkat kepentingan relatif yang tinggi. Oleh karena itu, saran yang diajukan oleh penulis yaitu kafe “*Zero Hour Coffee*” dapat melakukan wawancara terhadap pelanggan, melakukan evaluasi kegiatan operasional agar perbaikan dapat dilakukan dengan maksimal, menyediakan menu baru yang dapat memenuhi harapan pelanggan, memanfaatkan *Exhaust Fan* dan AC semaksimal mungkin, memperkerjakan karyawan yang dapat berkomunikasi dengan baik dan bertindak cepat (tanggap), merekrut pelayan/*barista* yang berpengalaman dalam bidang makanan dan minuman, membuat standar penampilan, sikap, dan perilaku, menentukan harga yang lebih sesuai dengan kualitas dan porsi, serta memberikan pelatihan kepada karyawan dalam menggunakan mesin *cash register* agar tidak ada kesalahan memasukkan data dan pencatatan pesanan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena berkat, anugerah dan kasih setia-Nya yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Usulan Peningkatan Kualitas Produk Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* Pada Kafe “Zero Hour Coffee” Jalan Ciumbuleuit Bandung”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu ada dalam setiap perjalanan hidup penulis dengan segala perlindungan-Nya, penulis diberikan kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua penulis yaitu Subiyanto Kristiono dan Heppy Wargana, yang selalu menyayangi dan mendoakan penulis dengan tulus serta selalu memberikan semangat dan motivasi hingga skripsi ini selesai.
3. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar. Terima kasih untuk waktu, tenaga, dan ilmu yang telah diberikan selama bimbingan.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan dosen wali penulis yang selalu memberikan saran dan arahan dalam mengambil keputusan penulis untuk setiap semesternya.
5. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku ko pembimbing yang memberikan masukan dan membimbing penulis dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Unpar yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, yang telah memberikan ilmu-ilmunya yang sangat berharga dan berguna bagi penulis.
7. Seluruh staff perpustakaan, tata usaha, dan pekarya Fakultas Ekonomi yang telah memberikan pelayanan dan membantu penulis selama penulis berkuliah di Unpar.

8. Kakak dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan hingga skripsi ini selesai.
9. Teman-teman terdekat: Ci Mandie, Ko John, Lanna, Christian, Ci Dea, Jessie, Jesslyn, Vincent, Pingpau. Terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita dan selalu memberikan doa, semangat serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman basket dan semua keluarga “*Alligators Unpar*”. Terima kasih untuk kebersamaan dan kenangan selama penulis kuliah di Unpar.
11. Teman-teman komsel *Philadelphia Reborn* yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan serta doa.
12. Teman-teman Solo khususnya Nico, Nia yang berjuang menyelesaikan skripsi bersama dan teman-teman lainnya yang mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman di kampus yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu per satu dan teman-teman Manajemen Unpar 2012. Terima kasih untuk kenangan dan bantuannya semoga kita bisa bertemu di lain kesempatan.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, segala tanggapan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini sangat penulis hargai. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, Januari 2017

Elsa Silvia Kristiono

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.4 Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Operasi	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Operasi	6
2.1.2 Keputusan-keputusan Penting dalam Manajemen Operasi	6
2.2 Kualitas	7
2.2.1 Pengertian Kualitas	7
2.2.2 Kualitas Jasa	7
2.2.3 Dimensi Kualitas	7
2.3 <i>Total Quality Management</i>	8
2.3.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	8
2.3.2 Metode dalam <i>Total Quality Management</i>	8
2.4 <i>Quality Function Deployment</i>	9
2.4.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i>	9
2.4.2 Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	9
2.5 <i>House of Quality</i>	11
2.5.1 Pengertian <i>House of Quality</i>	11
2.5.2 Manfaat <i>House of Quality</i>	11
2.5.3 <i>House of Quality</i>	11
2.5.4 Pembentukan <i>House of Quality</i>	13
2.6 Produk	14
2.6.1 Pengertian Produk	14
2.6.2 Kualitas Produk	14
2.6.3 Tingkatan Produk	14
2.6.4 Jenis Penawaran Produk	15
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	17
3.1.1 Jenis Penelitian	17
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	17
3.1.3 Jenis Data Penelitian	18
3.1.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	19

3.1.5 Pengukuran Variabel	21
3.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.1.7 Teknik Pengambilan Sampel	21
3.1.8 Penetapan Ukuran Sampel	22
3.1.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	23
3.2 Objek Penelitian	24
3.2.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
3.2.2 Produk yang Dihasilkan dan Harga Produk	25
3.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	25
3.2.4 Jumlah Karyawan dan Jam Kerja	27
3.2.5 Proses Pelayanan	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan yang Dianggap Penting	29
4.1.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	29
4.1.2 Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	29
4.2 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
4.2.1 Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	31
4.2.2 Penilaian Pelanggan Terhadap Kinerja Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	33
4.2.3 Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja	35
4.2.4 Penentuan Nilai Target Perusahaan	38
4.2.5 Rasio Peningkatan Kinerja Perusahaan	39
4.3 Karakteristik Teknik Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	41
4.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dengan Karakteristik Teknik Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	44
4.5 Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	48
4.6 Hal-hal Yang Harus Dilakukan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	49
4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	49
4.6.2 Menentukan Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	50
4.6.3 Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Hal.	
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Makanan dan Minuman	19
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Jasa (Pelayanan)	20
Tabel 3.3	Pembagian jam kerja karyawan kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ” hari Senin-Jumat	27
Tabel 3.4	Pembagian jam kerja karyawan kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ” hari Sabtu	27
Tabel 4.1	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
Tabel 4.2	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi	32
Tabel 4.3	Rata-rata Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	33
Tabel 4.4	Rata-rata Tingkat Kinerja Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	33
Tabel 4.5	Rata-rata Tingkat Kinerja Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ” Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	35
Tabel 4.6	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja	36
Tabel 4.7	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	37
Tabel 4.8	Nilai Target Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	38
Tabel 4.9	Rasio Peningkatan	39
Tabel 4.10	Karakteristik Teknik Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	41
Tabel 4.11	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dengan Karakteristik Teknik	45
Tabel 4.12	Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	48
Tabel 4.13	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	50
Tabel 4.14	Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	51
Tabel 4.15	Tingkat Kepentingan Absolut	53
Tabel 4.16	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	58
Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	59

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 <i>House of Quality</i>	12
Gambar 3.1 Struktur Organisasi kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	27
Gambar 3.2 Proses Pelayanan Kafe “ <i>Zero Hour Coffee</i> ”	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Observasi
- Lampiran 2 Daftar Menu Kafe ”*Zero Hour Coffee*”
- Lampiran 3 Prasarana
- Lampiran 4 Kuesioner Kualitas Produk di Kafe “*Zero Hour Coffee*”
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 30 Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 100 Responden
- Lampiran 7 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dari 100 Responden
- Lampiran 8 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dari 100 Responden
- Lampiran 9 Profil Responden
- Lampiran 10 Penetapan Modus
- Lampiran 11 Usulan Standar Penampilan Karyawan
- Lampiran 12 Usulan Standar Sikap dan Perilaku Karyawan
- Lampiran 13 *House of Quality*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, persaingan dalam dunia bisnis kafe semakin ketat dan sangat dirasakan oleh para pelaku bisnis di Indonesia. Fenomena seperti ini tentunya terjadi di Indonesia sebagai negara berkembang sehingga menjadi tantangan tersendiri yang harus dihadapi oleh perusahaan di masa yang akan datang. Beberapa langkah strategis pun dilakukan oleh para pelaku industri agar perusahaan dapat bertahan dan menguasai pasar sasaran mereka.

Strategi-strategi tersebut dilakukan dengan tujuan menarik pelanggan untuk membeli produk yang ada di perusahaan. Pelanggan yang telah loyal pada suatu produk jasa juga dapat diartikan pelanggan tersebut merasa terpuaskan kebutuhannya sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali. Sebagai suatu perusahaan yang ingin maju, meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih dalam industri jasa khususnya kafe.

Kota Bandung menjadi salah satu tujuan wisata di Jawa Barat. Selain merupakan ibukota Jawa Barat, adanya Tol Cipali, Cipularang, banyaknya universitas dan kota yang berhawa sejuk ini membuat peluang tersendiri bagi kafe yang berada di Bandung.

Kafe merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang barang (makanan dan minuman) dan jasa (pelayanan). Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI, 2008: 614), kafe merupakan warung kopi atau kedai atau tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik. Bagian terpenting dari sebuah kafe yaitu fungsi sosialnya, tersedianya tempat dimana orang-orang berkumpul, bercengkerama, menulis, bermain atau menghabiskan waktu dengan kelompok maupun secara individu.

Faktor kualitas menjadi hal terpenting yang harus diperhatikan dalam menghasilkan suatu produk. Kualitas produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan dan produk yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Untuk dapat meningkatkan kualitas produk perusahaan seperti yang diharapkan oleh para pelanggan, penulis menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. QFD adalah *a process of determining customer requirements and translating them into the attributes that each functional area can understand and act on* (Heizer dan Render, 2011: 191). Alat bantu analisis QFD yang digunakan yaitu *House of Quality (HoQ)*.

Dalam usaha melayani kebutuhan pelanggan serta memberikan pelayanan sesuai standar yang berlaku, kafe “*Zero Hour Coffee*” berusaha memperbaiki kualitas produk yang diberikan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai proses pelayanan yang dilakukan oleh kafe tersebut, penulis mencoba melakukan wawancara terhadap 20 orang pelanggan yang pernah mengunjungi kafe “*Zero Hour Coffee*”. Berdasarkan wawancara tersebut, 13 dari 20 orang pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan karena beberapa faktor seperti: suasana kafe yang kurang nyaman karena bau asap rokok terlalu memenuhi ruangan, jarak antar meja yang berdekatan sehingga membuat pelanggan tidak dapat bersantai, lahan parkir yang kurang luas, kesalahan dalam penyajian produk karena tidak adanya nomor meja dan kurangnya koordinasi antar pekerja.

Dengan melihat gejala di atas, penulis mengidentifikasi bahwa penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh kafe “*Zero Hour Coffee*” memunculkan permasalahan bagi perusahaan yaitu turunnya penjualan. Dampak negatif lainnya dapat menghambat perkembangan kafe, kegiatan operasional perusahaan tidak berjalan lancar dan membuat pelanggan tidak mau kembali lagi. Jika permasalahan tersebut tidak segera diperbaiki, akan menyebabkan kerugian pada kafe tersebut. Dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan, perusahaan mampu memberikan produk yang diharapkan pelanggan atau melebihinya, sehingga perusahaan mampu mencapai tujuan yang diinginkan yaitu memperoleh keuntungan setinggi-tingginya. Dengan demikian, penelitian dan pembahasan mengenai **“Usulan Peningkatan Kualitas Produk Menggunakan**

Metode *Quality Function Deployment* pada Kafe “Zero Hour Coffee” Jalan Ciumbuleuit Bandung menjadi penting untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pokok-pokok persoalan yang muncul dari gejala di lapangan yang telah dikemukakan dalam latar belakang penelitian pada sub bab 1.1, berikut ini akan dibatasi dan dirumuskan permasalahan yang akan ditelaah, diuji, dan dijawab dalam penelitian yang relevan dengan kompetensi keilmuan peneliti bidang Manajemen Operasi, yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan kafe “*Zero Hour Coffee*”?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh kafe “*Zero Hour Coffee*” dibandingkan dengan harapannya?
3. Bagaimana sebaiknya karakteristik teknik yang dimiliki oleh kafe “*Zero Hour Coffee*” untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan karakteristik teknik yang dimiliki kafe “*Zero Hour Coffee*”?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki oleh kafe “*Zero Hour Coffee*”?
6. Hal-hal apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk pada kafe “*Zero Hour Coffee*”?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dibatasi dan dirumuskan dalam rumusan masalah diatas, berikut ini akan dijabarkan dan di perinci garis-garis besar hasil pokok yang ingin dicapai atau diperoleh setelah setiap permasalahan diuji, diselidiki dan dijawab dalam penelitian yang terkategori sebagai luaran penelitian atau capaian penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan kafe “*Zero Hour Coffee*”.

2. Mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas produk kafe “Zero Hour Coffee” dibandingkan dengan harapannya.
3. Mengetahui karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh kafe “Zero Hour Coffee” untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.
4. Mengetahui bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan karakteristik teknik yang dimiliki kafe “Zero Hour Coffee”.
5. Mengetahui hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki kafe “Zero Hour Coffee”.
6. Mengetahui hal-hal apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk kafe “Zero Hour Coffee”.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Perusahaan :

Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi operasi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan di masa yang akan datang agar perusahaan dapat mencapai tujuannya dan dapat berkembang ke arah yang lebih baik.

2. Penulis :

Untuk menambah ilmu pengetahuan, memperluas wawasan penulis serta mempelajari bagaimana penerapan metode *Quality Function Deployment* berfungsi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan dengan melihat kesesuaian teori yang ada.

3. Pembaca dan pihak lain yang membutuhkan:

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan serta dapat dijadikan perbandingan untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang khususnya mengenai kualitas pelayanan.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan yang bergerak di industri jasa khususnya, dituntut untuk memberikan kualitas barang dan kualitas pelayanan yang baik agar dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu memuaskan pelanggan. Kualitas produk yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan perusahaan sehingga dapat membuat pelanggan merasa puas dan pada akhirnya menjadi pelanggan yang loyal.

Perusahaan dapat meningkatkan kualitasnya dengan menggunakan salah satu alat yaitu dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). TQM merupakan aktivitas perencanaan dan pengendalian yang berfokus pada kualitas barang dan jasa. TQM berawal dari pelanggan dan berakhir pada pelanggan.

Cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah dengan menganalisa kualitas produk yang sudah diberikan dan apa yang sebenarnya diinginkan pelanggan. Hal ini dapat dianalisa dengan menggunakan salah satu alat bantu dari TQM yaitu *Quality Function Deployment* (QFD). Secara umum, QFD merupakan suatu alat yang digunakan sebagai pusat perhatian pada hal-hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam penyusunan standar layanan. QFD didefinisikan sebagai suatu proses untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan-kebutuhan itu, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti dan bertindak (Heizer dan Render, 2011: 191). Dengan QFD didapatkan jawaban dari pertanyaan apakah produk yang diberikan saat ini sudah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

House of Quality (HoQ) merupakan alat bantu QFD yang digunakan untuk mengetahui hal yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan. HoQ berfungsi untuk menerjemahkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengaplikasian tersebut memungkinkan perusahaan untuk mengetahui prioritas kepentingan dan kebutuhan pelanggan dan prioritas perbaikan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya melalui informasi yang diperoleh dari *House of Quality*, untuk mencapai kepuasan pelanggan.