

**PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY* UNTUK  
MENINGKATKAN *SERVICE QUALITY*  
ALI JOY COFFEE DAGO HERITAGE**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:  
ELDOMILANO GITARDO  
6031901137**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022  
BANDUNG  
2023**

**THE IMPLEMENTATION OF HOUSE OF QUALITY TO  
INCREASE ALI JOY COFFEE DAGO HERITAGE'S  
SERVICE QUALITY**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:  
ELDOMILANO GITARDO  
6031901137**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022  
BANDUNG  
2023**

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY* UNTUK  
MENINGKATKAN *SERVICE QUALITY*  
ALI JOY COFFEE DAGO HERITAGE**

Oleh:

Eldomilano Gitardo

6031901137

Bandung, Juli 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi,

Fernando, SE., M.Kom

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Eldomilano Gitardo  
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 26 November 1999  
NPM : 6031901137  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan *Service Quality* Ali Joy Coffee Dago Heritage

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Fernando, SE., 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 kesarjanaan.

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 ilmiah 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, 29 Juli 2023

Pembuat pernyataan :



(Eldomilano Gitardo)

## ABSTRAK

Industri makanan dan minuman adalah industri yang setiap tahun selalu berkembang di Indonesia. Meski dilanda pandemi covid-19, industri tetap berkembang, dan menyumbangkan Rp 813,06 triliun terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2022. Salah satu bentuk usaha dari industri yang sedang berkembang adalah kafe. Ali Joy Coffee Dago Heritage merupakan sebuah kafe yang baru buka pada tahun 2022 di Kota Bandung. Dalam proses pelayannya, ditemukan beberapa masalah, seperti tempat duduk yang kurang bersih, proses pelayanan dan penyajian produk yang lama, serta pelayan yang kurang ramah. Permasalahan-permasalahan ini mengurangi kualitas pelayanan dari kafe.

Dengan terdapatnya permasalahan yang mengurangi kualitas pelayanan, Ali Joy Coffee Dago Heritage perlu membuat perencanaan untuk meningkatkan kualitas pelayannya. Dalam membuat perencanaan, perusahaan perlu mengetahui terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan dari para pelanggannya, agar kemudian dapat dibuat perencanaan dengan tepat, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayannya. Salah satu metode yang dapat digunakan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan adalah melalui penerapan *House of Quality* (HOQ).

HoQ adalah sebuah diagram yang menggambarkan apa yang diharapkan oleh pelanggan terhadap suatu barang atau jasa. Dalam diagram HoQ, perusahaan akan menghubungkan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dengan cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi hal tersebut. Untuk mendapatkan harapan dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan, disebarkan kuesioner yang terbagi menjadi 5 dimensi *service quality* dengan 18 indikator kepada 100 responden.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa 16 dari 18 indikator kinerja pelayanan yang diberikan oleh Ali Joy Coffee Dago Heritage masih dibawah dari harapan para pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu membuat rencana pengembangan untuk meningkatkan kualitas pelayannya, agar dapat memenuhi harapan para pelanggan. Terdapat beberapa karakteristik yang sebaiknya dijadikan prioritas untuk pengembangan berdasarkan tingkat kepentingan dan dimensinya. Diantaranya: pegawai menyajikan produk yang dipesan sesuai dengan pesanan, kafe dalam kondisi terawat, pegawai melayani dengan sopan, pegawai menanggapi keluhan pelanggan dengan baik, pegawai melayani pelanggan dengan cepat, dan pegawai menyajikan pesanan dengan cepat.

Kata Kunci: *House of Quality*, Kualitas Pelayanan, Kafe, Manajemen Kualitas

## ABSTRACT

*Food and Beverage is an industry which grows annually in Indonesia. Through the Covid-19 pandemic, this industry keeps growing and contributed Rp 812.06 trillion to the 2022 Indonesia's GDP. One of the forms of business in this industry is a café. Ali Joy Coffee Dago Heritage is a newly opened café in 2022 at Bandung city. Within its service processes, a few problems were found, such as the lack of cleanliness in its seating area, a slow serving and production time, and an unfriendly waiter/waitress. These problems reduce the service quality of the café.*

*With the existence of these problem which reduces the service quality, Ali Joy Coffee Dago Heritage needs to form a plan to increase its service quality. In forming a plan, an organization needs to first know the needs of their customers, so that they can form a suitable plan, and increase their service quality. One of the methods that could be used to increase service quality, is by implementing the House of Quality (HOQ)*

*HoQ is a diagram that represents a customer's expectation for a product or service. In an HoQ diagram, a company will link the needs and wants of a customer with what activity may allow them to satisfy said needs and wants. A questionnaire which was divided into 5 service quality dimensions with 18 indicators was spread to 100 respondents to learn about the expectation of customers.*

*Based on the research, it was found that 16 out of 18 service quality indicator of Ali Joy Coffee Dago Heritage is still below the customers' expectation. This proves that the company must make a development plan to increase its service quality, so that it may satisfy their customers' expectations. There are a few characteristics that need to be prioritized in planning for the development, which was then sorted based on the priority level and dimensions. A few of them including, the employees serve the products according to the order, the café is in a good condition, the employees are polite during service, the employees could handle a complaint well, the employees serve the customers quickly, and the employees serve the orders quickly.*

*Keywords: House of Quality, Service Quality, Café, Quality Management*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan *Service Quality* Ali Joy Coffee Dago Heritage”. Penelitian skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Atas bantuan dan arahannya selama masa perkuliahan Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Alm. Gitardo Hartoyo, selaku papah penulis yang telah membentuk karakter penulis dan membekali penulis dengan kegigihan dan moral.
2. Elsa Soeharjanti, selaku mamah penulis yang terus memberi dukungan terbaik dan semangat kepada penulis untuk lulus dan mengejar cita-cita.
3. Elrementari G.H dan Zain Zachary, selaku adik dan sepupu penulis yang selalu ada di rumah dan menemani serta menghibur penulis.
4. Pak Fernando Mulia, S.E., M.Kom. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam proses penyelesaian skripsi. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih atas kesempatan untuk pengembangan diri yang telah diberikan selama masa perkuliahan dan dorongan untuk melampaui batasan yang dimiliki penulis.
5. Bu Dr. Istiharini, CMA, selaku Ketua Program Studi dan dosen wali penulis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama proses perkuliahan.
6. Pak Rene Vincent Tanudjojo, selaku Direktur Ali Joy Coffee yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti kafe, membantu penulis dalam penyelesaian skripsi, serta memberikan arahan dan ilmu selama masa magang.
7. Intan Yunisya, Yafi Hasan, Aldo Dwiva Z. dan Aulia Nadifa, yang terus mendorong penulis agar selalu berkembang dan menjadi lebih baik.
8. Tamara Putri I., Tobias Danny S., dan M. Dany Kh yang selalu ada untuk penulis dan menghibur serta menemani penulis di saat jenuh.

9. Seluruh anggota Bobobot yang selalu menjadi penghibur di waktu kosong
10. Farras Eldy R dan M. Andhika Fauzan yang telah menjadi sahabat dan *rival* penulis sejak kecil dan menemani di masa naik turun penulis, serta terus mendorong penulis agar lulus dari perkuliahan.
11. Cynthia Leonita, Alya Andrina, Farhan Ali, Jesyca Greslin, Decky Sofian, Tidi Ajrur, dan Amanda Ramadhani, selaku teman-teman penulis dalam berproses dan berkembang bersama selama di Manajemen UNPAR.
12. Nanda Naomi, Johann Richardo, Caroline Benecedita, Stefanus Adrian, Yohanes Kristian, dan Hillary Kylie yang terus memberikan hiburan dan menambah beban pekerjaan penulis, sehingga penulis tidak memiliki waktu kosong.
13. IMFI UB yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengasah kemampuan dan membentuk pribadi penulis.

Sekian, Terima kasih.

Bandung, Juli 2023



Eldomilano Gitardo



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Manajemen Operasi.....	7
2.2 Kualitas.....	7
2.3 <i>Service Quality</i> .....	8
2.4 <i>Total Quality Management</i> .....	9
2.5 <i>Quality Function Deployment</i> .....	10
2.6 <i>House of Quality</i> .....	10
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....	13
3.1.1 Jenis Penelitian .....	13

3.1.2	Teknik Pengumpulan Data .....	13
3.1.3	Jenis Data Penelitian.....	14
3.1.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	15
3.1.5	Operasionalisasi Variabel.....	15
3.1.6	Pengukuran Dimensi.....	17
3.2	Alur Penelitian.....	18
3.3	Objek Penelitian .....	20
3.3.1	Profil Perusahaan.....	20
3.3.2	Bagan Organisasi.....	21
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
4.1	Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	24
4.1.1	Uji Validitas.....	24
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	26
4.2	Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	28
4.3	Tingkat Kinerja Pelayanan Perusahaan .....	30
4.4	Karakteristik Teknik Pelayanan Perusahaan .....	31
4.4.1	Hubungan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik.....	33
4.4.2	Hubungan Antar Karakteristik Teknik .....	34
4.4.3	Penilaian Kinerja Karakteristik Teknik Perusahaan dan Arah Perbaikan ..	36
4.4.4	Penentuan Target Perusahaan dan Tingkat Kesulitan .....	37
4.5	Penentuan Nilai Kepentingan Absolut dan Relatif.....	39
4.6	Diagram <i>House of Quality</i> .....	43
4.7	Analisa Diagram <i>House of Quality</i> .....	45

4.7.1	Urutan Prioritas Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepentingan.....	45
4.7.2	Urutan Prioritas Karakteristik Teknik Berdasarkan Nilai Kepentingan Relatif .....	46
4.7.3	Kesenjangan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan.....	48
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran .....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	16
Tabel 3.2	Likert Scale Tingkat Kepentingan .....	18
Tabel 3.3	Likert Scale Penilaian Kinerja .....	18
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan .....	25
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Penilaian Kinerja Perusahaan.....	25
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	27
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Penilaian Kinerja Perusahaan .....	28
Tabel 4.5	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	29
Tabel 4.6	Rata-Rata Tingkat Kinerja Pelayanan Perusahaan.....	30
Tabel 4.7	Hubungan Karakteristik Teknik dengan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	32
Tabel 4.8	Hubungan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik .....	33
Tabel 4.9	Simbol Hubungan Antar Karakteristik Teknik .....	35
Tabel 4.10	Hubungan Antar Karakteristik Teknik.....	35
Tabel 4.11	Penilaian Kinerja Perusahaan.....	36
Tabel 4.12	Target dan Tingkat Kesulitan.....	38
Tabel 4.13	Nilai Kepentingan Absolut dan Relatif .....	40
Tabel 4.14	Urutan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Tingkat Kepentingan .....	45
Tabel 4.15	Urutan Prioritas Karakteristik Teknik berdasarkan Nilai Kepentingan Relatif.....	46
Tabel 4.16	Urutan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan berdasarkan Kesenjangan .....	48

Tabel 5.1	Urutan Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi.....	51
Tabel 5.2	Urutan Nilai Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman (2012-2022) .....	1
Gambar 1.2 Kafe dalam Radius 1 km dari Ali Joy Coffee Dago Heritage.....	2
Gambar 2.1 Cara Kualitas Meningkatkan Profitabilitas .....	8
Gambar 2.2 Matriks <i>House of Quality</i> .....	11
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	19
Gambar 3.2 Logo Perusahaan .....	20
Gambar 3.3 Bagan Organisasi.....	22
Gambar 4.1 Diagram <i>House of Quality</i> Ali Joy Coffee Dago Heritage.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan
- Lampiran 2 Rekap Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Tangibles*
- Lampiran 3 Rekap Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Reliability*
- Lampiran 4 Rekap Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Responsiveness*
- Lampiran 5 Rekap Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Assurance*
- Lampiran 6 Rekap Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Empathy*
- Lampiran 7 Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan
- Lampiran 8 Rekap Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Tangibles*
- Lampiran 9 Rekap Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Reliability*
- Lampiran 10 Rekap Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Responsiveness*
- Lampiran 11 Rekap Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Assurance*
- Lampiran 12 Rekap Kuesioner Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan pada dimensi *Empathy*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan industri yang setiap tahun terus mengalami pertumbuhan. Ditunjukkan pada gambar 1.1, bahwa sejak tahun 2012 hingga tahun 2022, industri makanan dan minuman terus tumbuh. Pada tahun 2022 industri makanan dan minuman menyumbang sebesar Rp 813,06 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yang merupakan pertumbuhan sebesar 4,9% dari tahun 2021. Pertumbuhan dari industri juga terjadi selama masa pandemi covid-19 meski lebih lambat dibanding tahun sebelumnya (DataIndonesia.id, 2023).

Gambar 1.1  
PDB Industri Makanan dan Minuman (2012-2022)



Sumber: dataIndonesia.id (2023)

Kemampuan industri makanan dan minuman untuk tumbuh setiap tahun, menjadikan industri ini sebagai salah satu industri yang menarik untuk dijalani. Hal ini dapat dilihat dari meningkatkannya jumlah tempat makan atau kafe di berbagai daerah di Indonesia setiap tahunnya, termasuk juga di Kota Bandung.

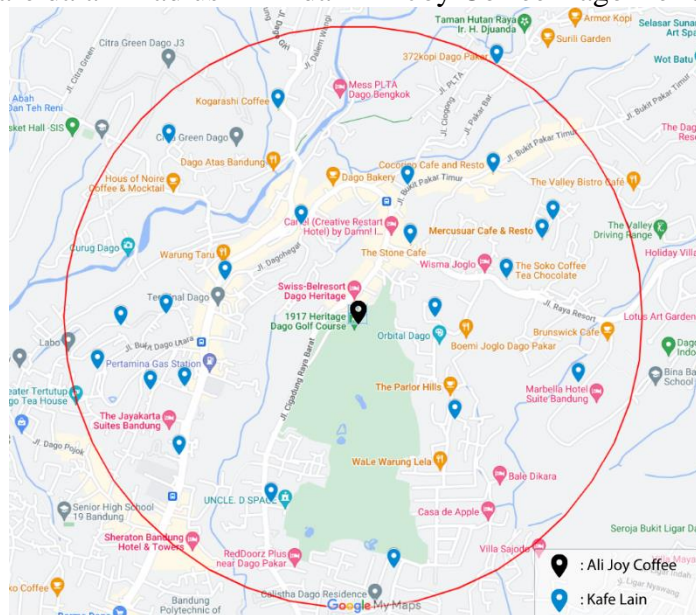
Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dijelaskan bahwa kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik atau tempat minum yang pengunjunnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-



kue. Berdasarkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (2022), tercatat bahwa terdapat 99 kafe di kota Bandung pada tahun 2021. Jumlah ini merupakan sebuah peningkatan sebesar 49 unit dari tahun 2020. Besarnya minat untuk membuka kafe, didukung oleh biaya investasi untuk memulai sebuah kafe yang tidak begitu tinggi dan juga meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia setiap tahunnya.

Pada tahun 2022 dibuka Ali Joy Coffee yang terletak di Dago Heritage 1917, Bandung. Sejak dibuka, persaingan yang dihadapi Ali Joy Coffee untuk mendapatkan pelanggan cukup ketat. Hal ini terlihat dari lokasi Ali Joy Coffee yang padat pesaing, dimana dalam radius 1 km terdapat lebih dari 20 kafe seperti yang terlihat di gambar 1.2 dengan pin warna biru.

Gambar 1.2  
Kafe dalam Radius 1 km dari Ali Joy Coffee Dago Heritage



Sumber: Hasil olahan penulis menggunakan Google Maps

Dengan padatnya persaingan dari Ali Joy Coffee Dago Heritage, kualitas pelayanan menjadi hal yang penting untuk dijaga. Menurut Ali (2020), pengantaran kualitas pelayanan yang lebih superior, dapat menempatkan pemberi jasa pada posisi yang lebih baik di pasar. Heskett (2002), mengatakan bahwa kualitas pelayanan

adalah hal yang penting agar dapat mencapai keberhasilan dalam lingkungan yang kompetitif dan dapat mempengaruhi loyalitas dari pelanggan. Sehingga, agar Ali Joy Coffee Dago Heritage dapat terus mempertahankan dan mengembangkan pasarnya, kualitas pelayanan perlu terus dijaga dan dikembangkan lebih jauh.

Menurut hasil observasi penulis dan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan selama periode bulan Mei tahun 2023 dengan pelanggan Ali Joy Coffee Dago Heritage, dapat ditemukan beberapa masalah yang kerap terjadi dalam proses pelayanan. Diantara permasalahan ini, terdapat beberapa keluhan yang sama disampaikan oleh para pelanggan Ali Joy Coffee Dago Heritage. Diantaranya adalah keluhan mengenai tempat duduk kafe yang dinilai kurang bersih sehingga mengganggu para pelanggan yang ingin duduk, proses pelayanan dan *servicing time* yang lama sehingga pelanggan perlu memanggil kembali untuk melakukan pemesanan dan setelah itu perlu menanyakan kembali untuk kesiapan pesannya, serta terdapat pelayan yang dinilai kurang ramah saat melayani pelanggan. Permasalahan ini juga beberapa kali dialami penulis selama melakukan observasi. Permasalahan-permasalahan ini mengurangi kualitas pelayanan dari Ali Joy Coffee Dago Heritage dan dapat mengurangi keinginan pelanggan untuk berkunjung.

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan oleh pelanggan, penting bagi Ali Joy Coffee Dago Heritage untuk mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan dari para pelanggannya, agar kualitas pelayanannya dapat dikembangkan sesuai dengan harapan para pelanggan. Untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari para pelanggan Ali Joy Coffee Dago Heritage, dapat digunakan Rumah kualitas atau *House of Quality*. *House of Quality* adalah sebuah alat Penyebaran Fungsi Kualitas (*Quality Function Deployment*) yang dapat dijelaskan sebagai sebuah teknik grafis untuk menjelaskan hubungan antara apa yang diinginkan oleh para pelanggan, dengan produk atau layanan, agar dapat kemudian dibuat produk dan proses yang sesuai dengan keinginan pelanggan (Heizer, Render, & Munson, 2017). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Penerapan *House of Quality* untuk meningkatkan *Service Quality* Ali Joy Coffee Dago Heritage”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa saja karakteristik kebutuhan dan keinginan yang dianggap penting oleh pelanggan Ali Joy Coffee Dago Heritage?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan Ali Joy Coffee Dago Heritage?
3. Apa saja karakteristik teknik yang dapat dilakukan Ali Joy Coffee Dago Heritage untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan?
4. Bagaimana prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh Ali Joy Coffee Dago Heritage untuk meningkatkan kualitas layanan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan yang dinilai penting oleh pelanggan Ali Joy Coffee Dago Heritage.
2. Mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan Ali Joy Coffee Dago Heritage.
3. Mengetahui karakteristik teknik yang dapat dilakukan Ali Joy Coffee Dago Heritage untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
4. Mengetahui bagaimana prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh Ali Joy Coffee Dago Heritage untuk meningkatkan kualitas layanan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Penulis

Melalui penelitian ini, diharapkan agar penulis menjadi lebih paham mengenai ilmu-ilmu manajemen yang telah didapatkan selama proses perkuliahan khususnya mengenai manajemen kualitas, serta dapat menerapkannya dalam kehidupan.

2. Ali Joy Coffee

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada Ali Joy Coffee mengenai apa yang menjadi prioritas dari pelanggan dalam pemberian layanan, sehingga upaya yang dilakukan oleh kafe dalam rangka

meningkatkan kualitas dari pelayanannya, menjadi lebih tepat dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para pelanggan.

### 3. Pembaca

Melalui penelitian ini diharapkan para pembaca mendapat pemahaman mengenai cara meningkatkan kualitas pelayanan sebuah perusahaan melalui penerapan *house of quality*.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Industri makanan dan minuman selalu mengalami perkembangan setiap tahunnya, dimana salah satu bentuk usaha yang sedang marak dijalani adalah kafe. Dalam menjalankan sebuah kafe, hal yang menjadi penting untuk mendapatkan pelanggan tidak hanya produk, namun kualitas pelayanan juga merupakan sebuah faktor yang penting. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk datang dan melakukan transaksi kembali.

Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, salah satunya adalah melalui metode yang disebut *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD digunakan untuk mengetahui apa yang akan dapat memberi kepuasan kepada para pelanggan dan pada bagian apa perlu diberikan upaya kualitas (Heizer, Render, & Munson, 2017). Melalui metode ini, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari para pelanggannya, sehingga dapat menjadi fokus bagi perusahaan dalam upaya peningkatan kualitas.

Dalam menerapkan metode *Quality Function Deployment* (QFD), dapat digunakan alat bantu yang disebut dengan *House of Quality* (HoQ). Melalui penerapan HoQ, akan didapatkan rangka yang menggambarkan hubungan antara kebutuhan dan keinginan dari para pelanggan dengan kegiatan apa yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Dalam menggunakan HoQ untuk meningkatkan kualitas layanan, dimensi yang akan difokuskan adalah 5 dimensi *service quality*, yakni *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Yang kemudian akan diberikan saran kepada perusahaan berdasarkan 5 dimensi yang

menjadi tolak ukur *service quality*, untuk menjadi prioritas bagi perusahaan dalam mengembangkan kualitas layanannya.