

**PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK
PADA RESTORAN AMETORI BANDUNG**



SKRIPSI

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

**Oleh:
Benedict
2010 120 224**

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

**THE APPLICATION OF QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT
TO IMPROVE PRODUCT QUALITY
AT AMETORI RESTAURANT BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

**Submitted to complete the requirement of
A Bachelor Degree in Economics**

**Author:
Benedict
2010 120 224**

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

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



**Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Upaya
Meningkatkan Kualitas Produk pada Restoran Ametori Bandung**

Oleh:
Benedict
2010 120 224

PERSETUJUAN SKRIPSI

BANDUNG, 7 Agustus 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

PERNYATAAN :



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Benedict
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 19 April 1990
Nomor Pokok : 2010 120 224
Program Studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

JUDUL

Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Upaya
Meningkatkan Kualitas Produk pada Restoran Ametori Bandung

Dengan Pembimbing : Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis 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 paksa 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 penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 24 Juli 2017
Pembuat pernyataan



(Benedict)

ABSTRAK

Kota Bandung sebagai kota wisata menimbulkan bertambahnya jumlah tempat makan dan restoran yang kemudian menjadi salah satu daya tarik wisatawan nusantara ataupun wisatawan mancanegara. Dengan persaingan industri kuliner di Bandung yang semakin ketat, Restoran Ametori dituntut untuk selalu menjaga kualitas pelayanan dan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat bersaing dengan restoran lainnya terutama masakan Jepang. Restoran Ametori adalah restoran atau kedai makanan yang bertema *Osaka Brooklyn*, yaitu gaya kedai makanan seperti di pinggiran jalan-jalan di Jepang. Ametori menyediakan masakan yang bertema Jepang dan masakan lainnya yang dibalut saus oriental. Sejak Mei 2016, omzet yang didapat Restoran Ametori terus menurun setiap bulannya. Selain itu berdasarkan wawancara dan observasi, keluhan dan kekurangan yang dimiliki Restoran Ametori diantaranya: pramusaji yang kurang responsif terhadap pelanggan, kebersihan meja yang kurang, dan kenyamanan area restoran yang belum maksimal. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk pada Restoran Ametori.”

Salah satu tahap perencanaan dan pengembangan dari *Quality Function Deployment* (QFD), yaitu pembuatan *House of Quality* (HoQ) berfungsi membantu perusahaan untuk mengolah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan peningkatan dan perbaikan. Dimensi yang digunakan adalah dimensi kualitas produk barang (makanan dan minuman) dan dimensi kualitas jasa. Dimensi kualitas jasa memiliki 5 karakteristik, yaitu: *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan dan menginterpretasi objek yang diteliti sesuai dengan kondisi yang terjadi saat penelitian ini berlangsung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan yang pernah mengunjungi Restoran Ametori. Kuesioner terbagi menjadi tingkat harapan kebutuhan dan keinginan konsumen serta tingkat kinerja Restoran Ametori saat penelitian berlangsung.

Dari hasil kuesioner, diskusi dan pengolahan data dapat disimpulkan bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan masih belum terpenuhi. Nilai kesenjangan yang merupakan selisih dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dengan nilai rata-rata tingkat kinerja masih bernilai negatif. Berikut nilai kesenjangan per dimensi sesuai urutan: Empati (-1,19), Jaminan (-1,05), Ketanggapan (-1,01), Bukti Fisik (-0,72), Kualitas Makanan dan Minuman (-0,57), dan Keandalan (-0,35). Prioritas perbaikan karakteristik teknik yang dapat dilakukan Restoran Ametori diurutkan dari nilai kepentingan relatif terbesar yaitu: “membuat standar kualitas pelayanan karyawan” (17,44%), “merekut koki yang berpengalaman dan ahli dalam bidang makanan” (11,34%), “membuat standar sikap dan perilaku karyawan kepada pelanggan” (11,34%). Selanjutnya Restoran Ametori dapat melakukan perbaikan pada karakteristik teknik lain yang memiliki nilai kepentingan relatif diatas 4%.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat yang diberikan selama proses penelitian dan penugasan skripsi ini, sehingga akhirnya dapat diselesaikan. Dengan skripsi berjudul “Penerapan *Quality Function Deployment* dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk pada Restoran Ametori Bandung” ini, penulis belajar banyak mengenai aplikasi teori ilmu-ilmu ekonomi pada perusahaan.

Terima kasih dan syukur juga penulis panjatkan sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi ini kepada pihak-pihak yang telah membantu atau mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Megawati Suganda, Kurniawan Tjiptoatmadja, dan Sudirman Nagaria selaku Mama, Papa, dan Daddy yang telah merawat dan membesarkan penulis. Orangtua yang selalu mendukung, membela, menyayangi, mengasihi penulis tanpa pamrih sejak lahir hingga saat ini dan akhirnya dapat menyelesaikan skripsinya.
2. Bobby Danubrata, Andre Apriandika, Adrian Hartanto, Doddy Ronosulistyo, Augie Rinaldo, Jonathan Calvin, Raymond Bintit, Phillipe Gunawan, Daniel Bima selaku teman yang baik dan teman berdiskusi tentang segala hal.
3. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi Unpar yang sabar dalam membimbing, mendukung dan mengajarkan penulis dalam proses pembuatan skripsi.
4. Edward Satria, Sandy Laksana, Andreas Satibi, dan Batara Krisna selaku pemilik Restoran Ametori yang sudah rela untuk membantu penulis menggunakan perusahaan mereka untuk dijadikan objek penelitian.
5. Dr. Istiharini, S.E., M.M. selaku dosen wali penulis.
6. Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sarjana Management Fakultas Ekonomi Unpar.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan pengajaran selama penulis kuliah di Unpar.
8. Eugene dan Brian, adik-adik penulis yang bertumbuh besar bersama yang senantiasa mendukung selama proses pengerjaan skripsi.

9. Ema, nenek penulis yang selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Gunawan Tjiptoatmadja dan Almarhum Sri Noni selaku Oom dan Tante penulis yang sudah mendukung, menemani, dan mengawasi penulis pada saat proses penyusunan skripsi berlangsung.
11. Keluarga besar Nagaria yang tersebar di Bogor, Jakarta, dan Melbourne. Almarhum Papade, Mamade, dan Om Wiwi. Lalu juga Apak Atek, Mami Netty, Mami Betty, Om Willy, Om Khaifong, Om Popo, Tante Mei Lan, Tante Trees, Om Ook, Tante Liza, dan segenap keluarga yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih karena selalu mendukung dan menyayangi penulis.
12. Keluarga besar dari papa, Tante Ling Ling, Om Danu, Tante Een, Om Kikim, dan Tante Iing. Terima kasih karena selalu mendukung dan menyayangi penulis.
13. Janet Yoshimi selaku teman seperjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. Tim “Iim” Aditya yang mengajarkan saya banyak tentang dunia nyata.
15. Seluruh teman-teman dari seluruh fakultas di Universitas Katolik Parahyangan.
16. Teman-teman Fabulous Extreme, teman-teman warnet yang menghibur. Surya, Jay, Wardiman, Aji, Leon, Afif, Herry, Aconk, Ubed, Ooh, dan Harry.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan sesama mahasiswa maupun para pembaca semuanya dalam menambah pengetahuan serta memperluas wawasan.

Bandung, Juli 2017

Penulis,

Benedict

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 Dalam Manajemen Operasi	6
2.2 Produk	7
2.2.1 Tingkatan Produk	8
2.2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Jasa	9
2.3.1 Pengertian Jasa	10
2.3.2 Karakteristik Jasa	10
2.4 Kualitas Jasa	11
2.4.1 Model Kesenjangan Kualitas Jasa	11
2.5 Kualitas	12
2.5.1 Pengertian Kualitas	13
2.5.2 Implikasi dari Kualitas	13
2.5.3 Kualitas Produk	14
2.5.4 Dimensi Kualitas	15
2.6 <i>Total Quality Management</i>	15
2.6.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	15
2.6.2 Konsep <i>Total Quality Management</i>	16
2.7 <i>Quality Function Deployment</i>	17
2.7.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i>	17
2.7.2 Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	17
2.8 <i>House of Quality</i>	18
2.8.1 Pengertian <i>House of Quality</i>	18
2.8.2 Struktur <i>House of Quality</i>	18
2.8.3 Penyusunan <i>House of Quality</i>	20
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	23
3.1.1 Jenis Penelitian yang Digunakan	23

3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	24
3.1.3 Operasionalisasi Variabel	24
3.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.1.5 Pengukuran Variabel	27
3.1.6 Populasi dan Sampel	27
3.1.7 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.1.8 Pendapatan Ukuran Sampel	28
3.2 Objek Penelitian	29
3.2.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
3.2.2 Produk dan Pelayanan	29
3.2.3 Keterangan Tenaga Kerja	30
3.2.4 Proses Pelayanan	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penetapan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	33
4.2 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	36
4.2.1 Rata-rata Tingkat Kepentingan Pelanggan	36
4.2.2 Penilaian Pelanggan Terhadap Kinerja Restoran Ametori	39
4.2.3 Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	41
4.2.4 Penentuan Nilai Target Perusahaan	43
4.2.5 Rasio Peningkatan Kinerja Perusahaan	45
4.3 Karakteristik Teknik Restoran Ametori	48
4.4 Hubungan antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik Restoran Ametori	50
4.5 Hubungan antar Karakteristik Teknik Restoran Ametori	53
4.6 Hal-hal yang Sebaiknya Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Restoran Ametori	54
4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	54
4.6.2 Menentukan Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	55
4.6.3 Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Hal.	
Tabel 1.1	Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kota Bandung	1
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 4.1	Indikator Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	33
Tabel 4.2	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	34
Tabel 4.3	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Diurutkan Sesuai Nilai Modus	35
Tabel 4.4	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	37
Tabel 4.5	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	38
Tabel 4.6	Rata-rata Tingkat Kinerja Restoran Ametori	39
Tabel 4.7	Rata-rata Tingkat Kinerja Restoran Ametori Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	40
Tabel 4.8	Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Sesuai Urutan	41
Tabel 4.9	Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	43
Tabel 4.10	Nilai Target Kinerja Restoran Ametori	44
Tabel 4.11	Rasio Peningkatan Kinerja Restoran Ametori	45
Tabel 4.12	Rasio Peningkatan Kinerja Restoran Ametori Sesuai Urutan	47
Tabel 4.13	Karakteristik Teknik Restoran Ametori	48
Tabel 4.14	Hubungan antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik Restoran Ametori	51
Tabel 4.15	Hubungan antar Karakteristik Teknik Restoran Ametori	53
Tabel 4.16	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	54
Tabel 4.17	Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	56
Tabel 4.18	Tingkat Kepentingan Absolut	59
Tabel 4.19	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	64
Tabel 4.20	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	65

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 <i>Five Product Levels</i>	8
Gambar 2.2 <i>The House of Quality</i>	19
Gambar 3.1 Logo Restoran Ametori	30
Gambar 3.2 Bagan Organisasi Restoran Ametori	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Observasi dan Wawancara
- Lampiran 2 Daftar dan Tampilan Menu Restoran Ametori
- Lampiran 3 Prasarana Restoran Ametori
- Lampiran 4 Kuesioner
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan terhadap 30 Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan terhadap 100 Responden
- Lampiran 7 Data Tingkat Harapan Karakteristik Kebutuhan Pelanggan
- Lampiran 8 Data Tingkat Kinerja
- Lampiran 9 Produk Makanan dan Minuman
- Lampiran 10 Standar Penampilan Karyawan
- Lampiran 11 Standar Sikap dan Perilaku Karyawan
- Lampiran 12 *House of Quality*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang menjadi tujuan wisata bagi para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2016 tercatat 86 juta jiwa telah mengunjungi Kota Bandung baik melalui jalur tol ataupun jalur bandara, stasiun, dan terminal. Berikut merupakan tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung:

Tabel 1.1

Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kota Bandung (dalam satuan orang)

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Tingkat Kenaikan	Wisatawan Domestik	Tingkat Kenaikan	Jumlah Wisatawan	Tingkat Kenaikan
2012	176.855	-	5.080.584	-	5.257.439	-
2013	176.432	-0,24%	5.388.292	6,06%	5.564.724	5,84%
2014	180.143	2,10%	5.627.421	4,44%	5.807.564	4,36%
2015	183.932	2,10%	5.877.162	4,44%	6.061.094	4,37%

Sumber: <https://ppid.bandung.go.id/informasi/data-kunjungan-wisatawan-yang-datang-ke-kota-bandung-tahun-2010-2015/>, yang diolah oleh penulis

Dengan banyaknya objek wisata yang unik di Bandung, beragam makanan dan restoran mulai bermunculan dan menjadi salah satu daya tarik Kota Bandung sebagai kota wisata. Begitu banyak tersebarnya restoran-restoran di Bandung memicu persaingan ketat antar pengusaha restoran. Para pengusaha restoran dituntut untuk mempertahankan maupun meningkatkan kualitas produk yang ditawarnya.

Restoran Ametori terletak di Jalan Pajajaran nomor 101, Bandung. Restoran Ametori baru mulai beroperasi pada Maret 2016. Restoran Ametori merupakan restoran bertema Jepang yang menawarkan masakan Jepang khususnya *Yakitori*. *Yakitori* merupakan salah satu masakan Jepang yang memasaknya menggunakan proses pemanggangan. Jika dibandingkan dengan masakan Indonesia, *Yakitori* dapat disamakan dengan sate. *Yakitori* terbuat dari potongan daging ayam yang ditusuk dan disusun pada batang bambu atau batang kayu, lalu kemudian dipanggang.

Banyaknya orang yang menggemari masakan Jepang dapat dibuktikan dengan tersebarnya restoran-restoran baik dalam skala kecil maupun besar yang menyediakan masakan Jepang. Tercatat menurut Badan Pusat Statistik Indonesia pada 2015, presentase restoran dengan masakan Jepang adalah 8,51% dari keseluruhan jumlah restoran yang ada di Kota Bandung. Harga yang ditawarkan pun beragam. Dari takoyaki yang seharga Rp 8.000 per buah, sampai dengan *Sukiyaki* seharga Rp 1.300.000 per 100 gram nya. Restoran yang menyediakan masakan Jepang diantaranya adalah: Sushi Tei, Midori, Fukuzushi, 90 Gourmet, Ametori dan banyak lainnya.

Kualitas makanan, minuman, dan pelayanan yang termasuk dalam kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan restoran. Selain rasa makanan dan minuman yang ditawarkan restoran enak menurut pelanggan, pelayanan yang baik dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, maka penting bagi perusahaan restoran untuk memerhatikan kualitas produk untuk memuaskan para pelanggannya.

Untuk dapat meningkatkan kualitas produk sesuai dengan keinginan pelanggan, penulis menggunakan alat bantu analisis dari *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu *House of Quality* (HoQ). QFD adalah proses yang menentukan kebutuhan konsumen yang kemudian diolah menjadi atribut-atribut pada area fungsi yang dapat diubah atau diperbaiki oleh perusahaan (Heizer dan Render, 2011: 191). HoQ adalah salah satu alat dari QFD. HoQ merupakan kerangka yang dapat membantu perusahaan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang kemudian melakukan perbaikan dengan karakteristik teknik yang dimiliki perusahaan.

Kemudian, dilakukan wawancara terhadap beberapa pelanggan Restoran Ametori. Hasil wawancara dengan konsumen Restoran Ametori, ada beberapa masalah yang muncul seperti lambatnya pramusaji merespon keinginan konsumen, sikap sopan yang kurang ditunjukkan oleh karyawan Restoran Ametori, dan area restoran yang berdebu.

Omzet penjualan Restoran Ametori dari bulan Agustus 2016 hingga April 2017 menurun cukup tajam, yaitu dari Rp 17.948.000 dan pada bulan April omzet menjadi Rp 7.095.000. Permasalahan lain juga ditemukan adanya kebocoran pada atap Restoran Ametori jika terjadi hujan dan kurangnya perhitungan kapasitas dalam mengolah pesanan pelanggan. Maka dari itu, dilakukan studi dengan judul “Penerapan

Quality Function Deployment dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk pada Restoran Ametori Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Seperti yang disebutkan pada Latar Belakang Penelitian, penulis ingin melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Restoran Ametori. Dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap penting pada produk (makanan, minuman, dan pelayanan) dari Restoran Ametori?
2. Bagaimana kinerja produk Restoran Ametori menurut pelanggan dibandingkan dengan harapannya?
3. Karakteristik teknik apa saja yang sebaiknya diberikan oleh Restoran Ametori untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik teknik Restoran Ametori dengan karakteristik kebutuhan pelanggan Restoran Ametori?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik Restoran Ametori yang satu dengan yang lainnya?
6. Prioritas apa yang sebaiknya dilakukan oleh Restoran Ametori untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah Penelitian di atas, berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dianggap penting oleh pelanggan pada Restoran Ametori.
2. Mengetahui kinerja produk Restoran Ametori menurut pelanggan dibandingkan dengan harapannya.
3. Mengetahui karakteristik teknik apa saja yang sebaiknya diberikan oleh Restoran Ametori untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.
4. Mengetahui hubungan antara karakteristik teknik Restoran Ametori dengan karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

5. Mengetahui hubungan antar karakteristik teknik Restoran Ametori yang satu dengan yang lainnya.
6. Mengetahui prioritas apa yang sebaiknya dilakukan oleh Restoran Ametori untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna dan bermanfaat bagi:

1. Penulis.

Melalui penelitian ini, diharapkan penulis dapat memahami lebih mendalam tentang manajemen operasi khususnya mengenai *House of Quality* beserta hubungannya dengan kualitas pelayanan.

2. Perusahaan.

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat lebih memahami dan mengetahui permasalahan yang dihadapi. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya agar kepuasan pelanggannya meningkat, dan pelanggannya dapat menjadi pelanggan yang loyal.

3. Pembaca dan pihak-pihak lain.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, gambaran tentang hal terkait, dan bisa menjadi referensi dalam melakukan penelitian serupa.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dengan berkembangnya persaingan usaha dalam industri restoran yang semakin ketat, para pengusaha restoran dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kemauan pelanggan dengan menyediakan produk dan pelayanan (karena usaha restoran merupakan usaha *hybrid*) yang berkualitas dengan memberikan produk dan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Instrumen yang dapat membantu perusahaan untuk mengetahui dan memetakan kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah *Quality Function Deployment* (QFD).

QFD diterapkan dengan tujuan untuk memudahkan perusahaan mengetahui informasi mengenai bagaimana suatu produk dan pelayanan sebaiknya didisain agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. QFD merupakan proses memilah dan menentukan apa yang diinginkan oleh pelanggan dan menerapkan

keinginan pelanggan tersebut untuk membuat suatu target desain, yang dapat memenuhi keinginan pelanggan tersebut (Heizer dan Render, 2011: 191)

Untuk dapat memikat dan memuaskan pelanggan, kualitas menjadi hal paling penting yang harus diperhatikan perusahaan. Dengan mengetahui apa yang diinginkan konsumen, perusahaan dapat mendesain dan menghasilkan output yang mampu memuaskan konsumennya dan menambah nilai bagi perusahaan.

Restoran berinteraksi langsung dengan pelanggannya, dan memiliki banyak elemen yang dapat memengaruhi kualitas dari sebuah restoran secara keseluruhan. Pendekatan QFD sesuai untuk peningkatan usaha restoran.

Salah satu tahap perencanaan dan pengembangan dari QFD, yaitu pembuatan *House of Quality* (HoQ). HoQ akan digunakan dalam penelitian ini. HoQ membantu perusahaan menentukan prioritas keinginan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memprioritaskan elemen mana yang harus ditingkatkan agar kualitas produk dan pelayanannya memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan yang maksimal dan memuaskan pelanggan merupakan hasil akhir yang diinginkan perusahaan dengan menggunakan HoQ.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan terdiri dari 2 dimensi, yaitu kualitas barang (makanan dan minuman) dan kualitas jasa. Harapan dan kebutuhan pelanggan selalu berubah, sehingga kualitas jasa juga harus disesuaikan. Berikut adalah lima dimensi kualitas jasa (Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, 1990: 26):

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *Empathy*

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk (barang atau jasa) yang bertujuan memenuhi keinginan pelanggannya. Pada penelitian ini akan diteliti pengaruh dari variabel kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap karakteristik teknik produk (makanan, minuman, dan pelayanan).