

**USULAN PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA “BENGGEL YA” BANDUNG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh:  
Evander Zuriel  
2013120113**

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

**THE PROPOSED IMPLEMENTATION OF  
*HOUSE OF QUALITY* TO IMPROVE  
SERVICE QUALITY  
AT “BENGKEL YA” BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:  
Evander Zuriel  
2013120113**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by BAN-PT  
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013  
BANDUNG  
2017**

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**USULAN PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY*  
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS  
PELAYANAN PADA "BENGKEL YA" BANDUNG**

Oleh:  
Evander Zuriel  
2013120113

Bandung, 3 Agustus 2017

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing Skripsi,

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

# PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Evander Zuriel  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 11 April 1995  
Nomor pokok mahasiswa : 2013120113  
Program studi : Manajemen  
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Usulan Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada "Bengkel YA" Bandung

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

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

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 dimasud 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: 3 Agustus 2017

Pembuat Pernyataan: Evander Zuriel



(Evander Zuriel)

## ABSTRAK

“Bengkel YA” adalah sebuah bengkel resmi sepeda motor Yamaha di kota Bandung. “Bengkel YA” didirikan tahun 1995. Selain melayani perbaikan dan perawatan sepeda motor, perusahaan juga melakukan penjualan sepeda motor dan penjualan suku cadang Yamaha. Sejak tahun 2014 hingga 2016, “Bengkel YA” mengalami penurunan rata-rata jumlah pelanggan per bulan yaitu 723 pelanggan (2014), menjadi 697 pelanggan (2015), dan 690 pelanggan (2016). Selain itu, target pendapatan “Bengkel YA” sebesar Rp 50.000.000 per bulan tidak tercapai dalam 3 tahun terakhir. Persentase pencapaian target pendapatan per bulan perusahaan berada dibawah 50%. Dari hasil wawancara tidak terstruktur terhadap 15 pelanggan “Bengkel YA” diperoleh bahwa 8 pelanggan kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Beberapa ketidakpuasan tersebut diantaranya waktu pengerjaan yang lama, meja dan kursi di ruang tunggu yang kurang nyaman, ruang tunggu yang berisik dll. Oleh sebab itu, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Usulan Penerapan *House of Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Bengkel YA Bandung”.

Persaingan industri jasa perbaikan dan perawatan sepeda motor di kota Bandung semakin ketat. Setiap tahunnya banyak bermunculan bengkel motor baru dikarenakan jumlah motor yang semakin bertambah. Persaingan yang semakin ketat menuntut pengusaha bengkel untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu memberikan kualitas pelayanan lebih baik dari pesaing. Untuk mengatasi permasalahan perusahaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, penulis menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dengan alat bantu *House of Quality (HOQ)*. Penggunaan *House of Quality* bertujuan untuk mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan yang penting bagi pelanggan dan seberapa baik kinerja karakteristik teknik perusahaan selama ini. Sehingga kekurangan/kesenjangan yang terjadi dapat dilakukan tindakan perbaikan berdasarkan prioritas dan pelanggan merasa puas.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Sedangkan berdasarkan jenisnya, penelitian ini merupakan penelitian terapan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada pelanggan dan pemilik sekaligus kepala “Bengkel YA”, pengamatan langsung dan pembagian kuesioner. Kuesioner yang digunakan menggunakan indikator variabel yang berdasarkan dimensi *service quality* yaitu bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), kepastian (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*) atau dikenal juga dengan TERAR. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan “Bengkel YA” saat ini. Data yang diperoleh selanjutnya diolah dan dianalisa untuk mengetahui karakteristik teknik yang perlu diperbaiki oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan “Bengkel YA”.

Hasil pengolahan dan analisa data menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan kinerja “Bengkel YA” yang ditunjukkan dengan nilai negatif pada seluruh dimensi. Dapat disimpulkan pelanggan merasa tidak puas pada pelayanan dan kinerja perusahaan. Untuk itu, penulis menentukan 9 prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan perusahaan berdasarkan nilai kepentingan relatif terbesar yaitu membuat prosedur operasi baku pemberian pelayanan kepada pelanggan (9,86%), memasang tanda *no smoking* pada ruang tunggu di dalam (6,57%), membuat standar sikap dan perilaku karyawan kepada pelanggan (6,57%), selalu menutup pintu dan kaca pemisah bengkel dan ruang tunggu (5,92%), *supervisor* memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai rincian perawatan/perbaikan dan suku cadang yang perlu digunakan (5,26%), menetapkan batas waktu maksimal pengerjaan setiap jenis perawatan/perbaikan sepeda motor (4,67%), mengikutsertakan *supervisor* dan mekanik dalam pelatihan/seminar yang diselenggarakan Yamaha pusat (4,38%), memberikan pilihan perbaikan kepada pelanggan sesuai kemampuan keuangan pelanggan (4,16%), dan mekanik memberitahukan perkiraan waktu tunggu dan waktu perbaikan kepada *supervisor* untuk diberitahukan kepada pelanggan (4,16%).

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya skripsi ini dapat selesai sebagai syarat kelulusan gelar sarjana Ekonomi di Universitas Katolik Parahyangan.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan karunia-Nya kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Papa dan Mama atas cinta kasih, dukungan dan doanya yang tidak pernah henti demi kesuksesan penulis selama menempuh pendidikan di UNPAR.
3. Kakak dan adik atas dukungan dan motivasinya sehingga penulis lebih giat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar ditengah kesibukannya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi memberikan waktu dan ilmunya dalam membimbing penulis.
5. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya kepada penulis.
6. Ibu Sandra Sunarto selaku dosen wali penulis atas arahan dan bimbingannya selama menjalani perkuliahan di UNPAR.
7. Seluruh staf dan dosen Fakultas Ekonomi UNPAR yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menghadapi tuntutan dunia kerja kelak.
8. Pemilik serta pengelola “Bengkel YA” yang telah memberikan waktu dan ijin kepada penulis untuk menjadi objek penelitian skripsi ini.
9. Virani atas dukungan, doa dan kesabarannya kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Albert, Bey, Ivander, Jerry, Rizky, Wkang atas persahabatan selama menempuh pendidikan di UNPAR. Sukses selalu.
11. Mario, Pradit sebagai teman seperjuangan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, semangat dan hiburan yang telah kalian berikan ketika penulis menghadapi berbagai tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Sukses selalu.

12. Seluruh mahasiswa Manajemen UNPAR angkatan 2013 atas pertemanannya. Sukses selalu.
13. Seluruh teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungannya selama menempuh perkuliahan di UNPAR.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Bandung, 3 Agustus 2017

Penulis,  
Evander Zuriel

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.4 Kerangka Pemikiran	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	7
2.1 Manajemen Operasi	7
2.2 Produk	7
2.3 Jasa	8
2.3.1 Pengertian Jasa	8
2.3.2 Karakteristik Jasa	8
2.4 Kualitas Jasa ( <i>Service Quality</i> )	9
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa	9
2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa	9
2.5 <i>Total Quality Management</i>	10
2.5.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	10
2.5.2 Konsep <i>Total Quality Management</i>	11
2.6 <i>Quality Function Deployment</i>	12
2.7 <i>House of Quality</i>	13
2.7.1 Pengertian <i>House of Quality</i>	13
2.7.2 Matriks <i>House of Quality</i>	14
2.7.3 Langkah Pembentukan <i>House of Quality</i>	15
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN</b>	17
3.1 Metode Penelitian	17
3.1.1 Jenis Penelitian	17
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	17
3.1.3 Operasionalisasi Variabel	18
3.1.4 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.1.5 Skala Penilaian	21
3.1.6 Uji Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur	22
3.1.7 Langkah-langkah Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	24
3.2.1 Sejarah Bengkel YA	24
3.2.2 Struktur Organisasi Bengkel YA	25
3.2.3 Kapasitas dan Fasilitas Perusahaan	25

<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	27
	4.1 Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	27
	4.1.1 Uji Reliabilitas dan Validitas Kuesioner Penelitian 30 Responden	27
	4.1.2 Uji Reliabilitas dan Validitas Kuesioner Penelitian 100 Responden	27
	4.1.3 Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	28
	4.2 Penilaian Pelanggan Terhadap Kinerja “Bengkel YA”	30
	4.2.1 Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
	4.2.2 Kinerja Pelayanan “Bengkel YA”	33
	4.2.3 Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	36
	4.2.4 Penentuan Nilai Target Perusahaan dan Rasio Peningkatan	39
	4.3 Karakteristik Teknik “Bengkel YA”	40
	4.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Karakteristik Teknik “Bengkel YA”	43
	4.5 Hubungan Antar Karakteristik Teknik “Bengkel YA”	46
	4.6 Hal-hal yang Harus Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan “Bengkel YA”	47
	4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	47
	4.6.2 Menentukan Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	49
	4.6.3 Nilai Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	51
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	60
	5.1 Kesimpulan	60
	5.2 Saran	66
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	
	<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelayanan yang Diberikan	2
Tabel 1.2	Pencapaian Target Pendapatan pada Bengkel YA	3
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Jasa	19
Tabel 3.2	Pengukuran Tingkat Kepentingan	22
Tabel 3.3	Pengukuran Tingkat Kinerja	22
Tabel 4.1	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dari 100 Responden	29
Tabel 4.2	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
Tabel 4.3	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Sesuai Urutan	31
Tabel 4.4	Rata-rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Berdasarkan Dimensi dan Sesuai Urutan	32
Tabel 4.5	Rata-rata Tingkat Kinerja “Bengkel YA”	33
Tabel 4.6	Rata-rata Tingkat Kinerja “Bengkel YA” Sesuai Urutan	34
Tabel 4.7	Rata-rata Tingkat Kinerja “Bengkel YA” Berdasarkan Dimensi dan Sesuai Urutan	35
Tabel 4.8	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Pelanggan Dengan Tingkat Kinerja “Bengkel YA”	36
Tabel 4.9	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Pelanggan Dengan Tingkat Kinerja “Bengkel YA” Sesuai Urutan	37
Tabel 4.10	Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Pelanggan Dengan Tingkat Kinerja “Bengkel YA” Berdasarkan Dimensi dan Sesuai Urutan	38
Tabel 4.11	Rasio Peningkatan	39
Tabel 4.12	Karakteristik Teknik “Bengkel YA”	41
Tabel 4.13	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dengan Karakteristik Teknik “Bengkel YA”	43
Tabel 4.14	Hubungan Antar Karakteristik Teknik	46
Tabel 4.15	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	47
Tabel 4.16	Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	49
Tabel 4.17	Nilai Kepentingan Absolut	51
Tabel 4.18	Nilai Kepentingan Relatif	56
Tabel 4.19	Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>House of Quality</i>	14
Gambar 3.1	Bagan Organisasi Bengkel YA	25

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Foto – foto “Bengkel YA”
Lampiran 2	Wawancara Pendahuluan dengan Pemilik Sekaligus Pengelola “Bengkel YA”
Lampiran 3	Wawancara Pendahuluan dengan Pelanggan “Bengkel YA”
Lampiran 4	Profil Responden
Lampiran 5	Kuesioner Penelitian
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 30 Responden
Lampiran 7	Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 100 Responden
Lampiran 9	<i>House of Quality</i>
Lampiran 10	Usulan Standar Penampilan Karyawan
Lampiran 11	Usulan Prosedur Operasi Baku Pemberian Pelayanan Kepada Pelanggan
Lampiran 12	Usulan Prosedur Operasi Baku Pencucian Motor
Lampiran 13	Usulan Standar Sikap dan Perilaku Karyawan Kepada Pelanggan

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini jumlah kendaraan pribadi semakin bertambah di Indonesia. Di kota-kota besar tuntutan mobilisasi masyarakat yang semakin cepat menjadikan kendaraan pribadi dibutuhkan. Motor adalah salah satu jenis kendaraan pribadi yang banyak digunakan. Hal ini dikarenakan harganya terjangkau dan mampu menembus kemacetan di kota-kota besar. “Sepeda motor sudah jadi gaya hidup atau *life style* segmen *low income group* sehingga penjualannya tidak mungkin di batasi” ucap Menteri Perindustrian M.S. Hidayat (<http://www.kemenperin.go.id/artikel/8960/Penjualan-Motor-Belum-Capai-Titik-Jenuh>). Dari ungkapan ini terlihat jelas bahwa motor telah menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat di Indonesia sehingga berdampak pada bertambahnya jumlah kendaraan motor setiap tahunnya.

Semakin bertambahnya jumlah motor setiap tahunnya berdampak pada meningkatnya permintaan jasa layanan perawatan dan perbaikan motor atau yang dikenal dengan bengkel. Bengkel adalah tempat memperbaiki mobil, sepeda dan sebagainya (<http://kbbi.web.id/bengkel>). Umumnya, bengkel dibagi menjadi 2 jenis yaitu bengkel umum (melayani bermacam merek motor) dan bengkel resmi (melayani hanya merek/produsen motor tertentu).

Bengkel YA merupakan salah satu bengkel motor resmi Yamaha di kota Bandung. Divisi bengkel adalah satu dari tiga divisi (*sales, service, spare parts*) yang dimiliki perusahaan. Bengkel YA memiliki 5 mekanik dengan kapasitas 8 sepeda motor per mekanik per hari. Dalam sehari perusahaan mampu memperbaiki hingga 40 motor. Jam operasional perusahaan yaitu pukul 08.00-16.00 (Senin- Sabtu).

Penjualan sepeda motor yang semakin bertambah seharusnya berdampak meningkatnya jumlah pelayanan bengkel. Namun ini tidak terjadi pada Bengkel YA dimana menunjukkan penurunan rata-rata jumlah pelayanan per bulan sejak tahun 2014 hingga 2016. Jumlah pelayanan yang diberikan bengkel YA dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pelayanan yang Diberikan**  
**(yang melakukan *service*)**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Rata-rata per bulan dalam 3 tahun</b>	<b>Kapasitas Perusahaan per bulan</b>
Januari	543	744	697	661	1000
Februari	641	633	643	639	1000
Maret	699	716	654	690	1000
April	787	654	684	708	1000
Mei	736	575	665	659	1000
Juni	706	702	874	761	1000
Juli	895	793	615	768	1000
Agustus	784	728	682	731	1000
September	804	665	661	710	1000
Oktober	642	735	719	699	1000
November	682	678	687	682	1000
Desember	753	741	703	732	1000
Rata-rata jumlah pelanggan per bulan (a)	723	697	690	703	1000
Pemanfaatan kapasitas (b)	72,3%	69,7%	69%	70,3%	100%

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah.

Keterangan:

Kapasitas Perusahaan (6) = 40 hari x 25 hari = 1000 motor

Pada tabel 1.1 rata-rata jumlah pelayanan per bulan tahun 2014-2016 mengalami penurunan dari 723 (tahun 2014) menjadi 697 (tahun 2015) dan 690 pelayanan (tahun 2016). Target jumlah pelayanan per bulan bengkel YA sebesar kapasitas perusahaan per bulan yaitu 1000 pelayanan. Jumlah pelayanan per bulan tidak mencapai target dalam 3 tahun terakhir. Pemanfaatan kapasitas perusahaan cenderung berkurang yaitu 72,3% pada 2014, 69,7% pada 2015 dan 69% pada 2016.

Target pendapatan bengkel YA per bulan sebesar Rp 50.000.000. Target pendapatan perbulan yaitu kapasitas perbulan (1000 pelayanan) x Rp 50.000 (perkiraan rata-rata biaya per pelayanan). Berikut ini pencapaian target pendapatan bengkel YA, lihat tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Pencapaian Target Pendapatan pada Bengkel YA**  
**(dalam satuan Rupiah)**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Target</b>
Januari	18.252.200	25.661.000	22.996.900	50.000.000
Februari	19.882.400	21.167.300	21.475.500	50.000.000
Maret	23.587.000	23.794.500	23.032.800	50.000.000
April	26.913.500	22.521.000	23.794.200	50.000.000
Mei	25.908.400	19.237.000	23.177.000	50.000.000
Juni	23.852.900	23.095.500	30.529.300	50.000.000
Juli	32.383.000	27.635.500	21.897.000	50.000.000
Agustus	27.510.000	25.429.500	23.890.100	50.000.000
September	27.212.000	22.329.500	23.358.500	50.000.000
Oktober	20.493.500	24.525.800	25.085.900	50.000.000
November	21.526.400	23.277.000	24.470.000	50.000.000
Desember	24.157.500	25.611.000	23.891.400	50.000.000
<b>Total</b>	<b>291.678.800</b>	<b>284.284.600</b>	<b>287.598.600</b>	<b>600.000.000</b>
Pendapatan Rata-rata perbulan	24.306.567	23.690.383	23.966.550	50.000.000
Pencapaian Target Pendapatan per bulan	48,6%	47,4%	48%	100%

Sumber: Data perusahaan yang telah diolah.

Dari tabel 1.2 diperoleh target pendapatan perusahaan sebesar Rp 50.000.000 (per bulan) tidak tercapai dalam 3 tahun terakhir dan pencapaian target pendapatan per bulan berada di bawah 50%. Selain itu dalam 2 tahun terakhir, manajer bengkel YA mengatakan bahwa pelanggan sering kali mengeluh berkaitan dengan pelayanan yang di berikan dari segi fasilitas maupun kualitas pelayanan kendaraan.

Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan tidak terstruktur kepada 15 pelanggan bengkel YA diperoleh sebanyak 8 orang yang kurang puas dengan pelayanan yang di berikan. Berikut ini hal-hal yang tidak memuaskan pelanggan bengkel YA hasil dari wawancara pendahuluan:

1. Waktu pengerjaan yang lama.
2. Meja dan kursi di ruang tunggu yang kurang nyaman.
3. Tidak ada kopi, teh atau cemilan.
4. Ruang tunggu yang berisik.

5. Motor yang di cuci kurang bersih.
6. Jumlah tagihan yang melebihi prediksi biaya yang di sampaikan *supervisor*.
7. Ruang tunggu yang gelap.

Hal-hal yang tidak memuaskan pelanggan tersebut menunjukkan adanya masalah pada kualitas pelayanan yang diberikan bengkel YA. Proses penilaian baik buruknya pelayanan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa umumnya akan sangat erat kaitannya *service quality (servqual)*. Cara mengkaitkan lima dimensi *servqual* dengan bentuk penerapan operasi jasa yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*. Dalam mengerjakan QFD dapat menggunakan alat bantu matriks *House of Quality*. Oleh karena itu penulis hendak mengajukan topik **“Usulan Penerapan *House of Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Bengkel YA Bandung.”**

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut maka dibuat rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Karakteristik kebutuhan apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan sehubungan dengan kualitas pelayanan bengkel YA?
2. Karakteristik teknik apa yang sebaiknya dimiliki bengkel YA untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan?
3. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknik bengkel YA?
4. Bagaimana hubungan antar setiap karakteristik teknik yang dimiliki YA?
5. Apa target karakteristik teknik yang ingin dicapai oleh perusahaan?
6. Apa saja prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan perusahaan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan sehubungan dengan kualitas pelayanan bengkel YA.
2. Mengetahui karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki bengkel YA untuk

memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

3. Mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknik bengkel YA.
4. Mengetahui hubungan antar setiap karakteristik teknik yang dimiliki YA.
5. Mengetahui target karakteristik teknik yang ingin dicapai oleh perusahaan.
6. Mengetahui prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan perusahaan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan pelanggan.

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan penulis dalam masalah berkaitan dengan kepuasan pelanggan beserta cara penyelesaiannya dengan menggunakan matriks *House of Quality*, sehingga dapat menjadi pengalaman untuk diterapkan dalam dunia kerja sesungguhnya.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan bagi perusahaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan selama ini serta cara meningkatkan atau memenuhi ekspektasi pelanggan. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas dan target perusahaan tercapai.

3. Pihak-pihak lain yang berkepentingan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan tambahan informasi berkaitan dengan penggunaan matriks *House of Quality* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **1.4 Kerangka Pemikiran**

Motor adalah salah satu jenis kendaraan pribadi yang paling banyak digunakan. Ini dikarenakan harganya terjangkau dan mampu menembus kemacetan di kota-kota besar seperti kota Bandung. Semakin meningkatnya jumlah motor membuat banyak bengkel motor baru bermunculan. Hal ini berakibat pada persaingan bengkel motor di kota Bandung semakin ketat. Para pengusaha jasa perawatan/perbaikan motor baik berupa bengkel resmi maupun bengkel umum saling bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian pelanggan. Hal yang lazim dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian pelanggan yaitu menawarkan produk yang bersaing dalam harga atau kualitas.

Produk adalah keluaran (*output*) yang dihasilkan perusahaan dari proses produksi untuk ditawarkan kepada pelanggan. Bentuk produk yang dihasilkan dapat berupa barang, jasa maupun gabungan keduanya. Barang bersifat *tangible* atau berwujud, sedangkan jasa bersifat *intangible* atau tidak berwujud (tidak kelihatan). Keluaran (*output*) jasa hanya dirasakan langsung manfaatnya oleh penerima jasa. Keluaran bengkel berupa pelayanan perbaikan/perawatan kendaraan bersifat tidak berwujud sehingga dikategorikan sebagai jasa.

Jasa merupakan produk yang ditawarkan suatu perusahaan dan bersifat tidak berwujud. Hal ini menyebabkan sulitnya mengevaluasi kinerja jasa. Untuk meningkatkan kinerja pelayanan suatu perusahaan dapat dengan memahami dimensi-dimensi kualitas jasa (*service quality*). Kualitas jasa terdiri dari lima dimensi yaitu bukti fisik (*Tangibles*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), kepastian (*Assurance*), daya tanggap (*Responsiveness*) (Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 2011: 116).

Salah satu cara menghubungkan lima dimensi tersebut dengan bentuk penerapan operasi jasa yaitu dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*. "*Quality Function Deployment (QFD) is a tool for linking customer requirements as defined by the customer to technical specifications*" (Schroeder, Goldstein, dan Rungtusanatham, 2013: 50). QFD adalah sebuah alat untuk menghubungkan kebutuhan pelanggan sebagaimana yang didefinisikan oleh pelanggan menjadi spesifikasi teknik.

Dalam mengerjakan QFD dapat menggunakan matriks *House of Quality*. Matriks *House of Quality* menurut Heizer, Render dan Munson yaitu sebuah teknik grafik untuk menjelaskan hubungan antara keinginan pelanggan dengan produk/jasa (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 204). *HOQ* banyak digunakan untuk menilai seberapa baik kinerja perusahaan dan tindakan perbaikan yang harus dilakukan.