

**PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY*
UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK
PADA *THREE SIXTY CAFE* BANDUNG**



SKRIPSI

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

**Oleh
Marsheilla
2013120169**

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

**THE APPLICATION OF HOUSE OF QUALITY
TO INCREASE PRODUCT QUALITY
AT *THREE SIXTY CAFE* BANDUNG**



UNGRADUATED THESIS

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

Author

Marsheilla

2013120169

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

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



**Penerapan *House of Quality*
Untuk Meningkatkan Kualitas
Pada *Three Sixty Cafe Bandung***

Oleh:
Marsheilla
2013120169

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M. Si.

Pembimbing,

Dr. Maria Merry Marianti, M.Si.

Ko Pembimbing,

Fernando, S.E., M.Kom

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Marsheilla
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 April 1995
NPM : 2013120169
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan Kualitas Produk pada *Three Sixty Cafe* Bandung

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Dr. Maria Merry Marianti, M.Si. dan Fernando, S.E., M.Kom.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya unguap 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,

Dinyatakan tanggal : Agustus 2017

Pembuat pernyataan :



(Marsheilla)

ABSTRAK

Three Sixty Cafe adalah salah satu kafe di Kota Bandung terletak di Jalan Setiabudi Nomor 170 Bandung. *Three Sixty Cafe* seringkali tidak dapat memenuhi target pendapatan yang telah ditentukan, serta mendapatkan beberapa komen negatif dari pelanggannya. Selain itu jumlah rumah makan dan kafe yang totalnya mencapai 379 tempat dapat mendatangkan peluang besar untuk mengundang wisatawan yang berkunjung. Namun juga membuat persaingan antar rumah makan dan kafe sangat tinggi. Setiap tahunnya selalu muncul rumah makan maupun kafe baru yang membuat para pemilik harus berfikir untuk selalu memberikan inovasi dan melakukan peningkatan kualitas secara terus menerus. Agar dapat bersaing maka *Three Sixty Cafe* akan melakukan evaluasi terhadap kinerja.

Kualitas adalah kemampuan perusahaan menciptakan produk atau layanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Untuk mengukur keinginan pelanggan maka digunakan dimensi produk, harga, proses, manusia, dan bukti fisik. Untuk dapat meningkatkan kualitas produk dari *Three Sixty Cafe* penelitian ini menggunakan matrix *House of Quality*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara rinci mengenai gejala yang ada, mengidentifikasi masalah tersebut serta melakukan analisis untuk membuat keputusan. Untuk mengukur keinginan dan harapan pelanggan maka digunakan kuesioner Pengumpulan data dilakukan selama bulan Juni 2017 yang dibagikan kepada 100 orang responden yang makan dan minum di *Three Sixty Cafe*.

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada pelanggan yang memberikan nilai rendah terhadap produk *Three Sixty Cafe*. Nilai yang didapat dari penilaian pelanggan adalah karyawan (-1,21), produk (-0,99), proses (-0,74), bukti fisik (-0,74), dan harga (-0,66). Kesimpulan yang didapat dari nilai tersebut adalah pelanggan merasa kualitas produk pada *Three Sixty Cafe*, masih kurang baik. Maka dari itu prioritas perbaikan dapat dilihat dari nilai kepentingan relatif. Berikut adalah tiga karakteristik yang menjadi prioritas untuk diperbaiki, memperkerjakan juru masak yang ahli dan kreatif (9,8%), memperkerjakan barista yang ahli dan kreatif (9,2%), menghias Kafe sesuai dengan tema yang diusung (7,0%). memberikan pengarahan kepada karyawan setiap minggu agar bersikap dan berperilaku sesuai standar (6,6%), membuat desain interior yang nyaman dan menarik (5,9%), mengkalkulasi harga pokok makanan (5,9%), memiliki mesin pembayaran *Electronic Data Capture* (5,2%), mengkalkulasi harga pokok makanan (5,9%).

Saran yang diberikan kepada perusahaan adalah merekrut karyawan baru dengan kriteria yang ditentukan salah satunya yaitu harus memiliki keahlian dalam memasak atau juga membuat minuman serta memiliki sertifikat. Dapat menghasilkan menu baru yang berbeda setiap bulannya. Juga memiliki keahlian khusus dalam *latte art*. Menghias interior sesuai dengan tema, menyediakan tempat *photobooth* yang memiliki dekorasi sesuai tema. Mengubah sebagian interior setiap setahun sekali agar pelanggan tidak merasa bosan dan menimbulkan rasa penasaran pelanggannya. Penentuan harga pokok harus berdasarkan *direct material, indirect material, direct labor, indirect labor, factory overhead*. Membuat menu paket dan melakukan *benchmark* pada pesaing yaitu *Seven Cafe* mengenai harga minuman agar harga makanan dapat bersaing dengan kafe lainnya. Dilakukan evaluasi seminggu sekali untuk memastikan bahwa para karyawan sudah bertsikap dan berperilaku sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Menambah mesin *Electronic Data Capture* tidak hanya dari Bank BCA namun berbagai bank agar memudahkan pelanggan yang akan membayar menggunakan debit maupun kredit.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME karena berkat-Nya lah skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Selain itu juga saya ucapkan terima kasih kepada beliau-beliau yang telah mendukung saya, yaitu:

1. Orangtua penulis, papih dan mamih yang mendukung dalam doa dan memberikan banyak dukungan dalam bentuk motivasi dan dukungan maupun ketersediaannya untuk membayar uang kuliah dan uang jajan selama 4 tahun berkuliah.
2. Marsheilly selaku kakak penulis yang mendukung, menyemangati dan memotivasi dari tempat yang jauh.
3. Yoel Widiyanto yang setia menemani dan selalu memberikan motivasi dan mengingatkan apabila penulis malas saat penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah banyak mendukung dan memberikan masukan, motivasi, ilmu, serta menyediakan waktunya untuk bimbingan sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
5. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., selaku ketua program studi manajemen.
6. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku ko-pembimbing yang membantu memberi masukan, motivasi, dan ilmu hingga skripsi ini selesai.
7. Ibu Vera Intanie Dewi, S.E. M.M. selaku dosen wali.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Unpar yang selama ini memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat dituangkan dalam skripsi ini dan dapat diimplementasikan pada dunia kerja nantinya.
9. Seluruh karyawan Tata usaha Fakultas Ekonomi yang membantu penulis menyelesaikan bagian administrasi selama masa perkuliahan di UNPAR.
10. Christopher Juliano dan Venna Dwi selaku teman seperjuangan penjurusan manajemen operasi hingga sekarang kita skripsi manajemen operasi dan telah memberi masukan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman Treasure (Mega, Hanna, Jiv, Meli, Igin, Finna, Clara, Edric, Anas, Nanda) yang sudah menemani selama 4 tahun kuliah di UNPAR

berbagi suka dan duka dan cerita, serta membantu untuk memberi semangat dan motivasi selama penyusunan skripsi.

12. Bapak Kevin Suyana selaku narasumber dan pemilik dari *Three Sixty Cafe* karena telah menyediakan waktunya untuk di wawancara dan di Tanyatanya oleh penulis.
13. Para responden yang telah menyempatkan untuk mengisi kuisioner sehingga
14. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah memberi dukungan dan juga kerjasamanya selama perkuliahan sampai semuanya dapat lulus.

Akhir kata, semoga Tuhan YME selalu memberikan rahmat dan berkatnya kepada mereka yang telah membantu, memberikan doa, motivasi, semangat kepada penulis. Penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat berguna bagi kita semua walaupun masih banyak kekurangannya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Bandung, Juli 2017

Marsheilla

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	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.4 Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen	7
2.2 Manajemen Operasi	7
2.2.1 Pengertian Manajemen Operasi	7
2.2.2 Keputusan Penting dalam Manajemen Operasi	7
2.3 Kualitas	8
2.4 <i>Total Quality Management</i>	8
2.4.1 Pengertian <i>Total Quality Management</i>	8
2.4.2 Konsep <i>Total Quality Management</i>	9
2.4.3 Alat Bantu <i>Total Quality Management</i>	10
2.5 <i>Quality Function Deployment</i>	10
2.5.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i>	10
2.5.2 Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	11
2.6 <i>House of Quality</i>	12
2.6.1 Pengertian <i>House of Quality</i>	12
2.6.2 Struktur <i>House of Quality</i>	12
2.6.3 Penyusunan <i>House of Quality</i>	14
2.6.4 Manfaat <i>House of Quality</i>	14
2.7 Produk	14
2.7.1 Barang	15
2.7.2 Jasa	16
2.8 Bauran Pemasaran	16
2.8.1 Pengertian Bauran Pemasaran	16
2.8.2 Konsep Bauran Pemasaran	17
2.9 Pengertian Kafe	18
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	19
3.1.1 Jenis Penelitian	19
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	20

3.1.3	Operasionalisasi Variabel	20
3.1.4	Pengukuran Variabel	22
3.1.5	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.1.6	Penetapan Ukuran Sampel	23
3.1.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	23
3.2	Objek Penelitian	24
3.2.1	Gambaran Umum Perusahaan	24
3.2.2	Produk <i>Tree Sixty Cafe</i>	24
3.2.3	Proses Pelayanan	25
3.2.4	Strategi Pemasaran	26
3.2.5	Struktur Organisasi	27
3.2.6	Jumlah Karyawan dan Jam Kerja	29
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
4.2	Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dibandingkan dengan Karakteristik Kinerja <i>Three Sixty Cafe</i>	32
4.2.1	Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan keinginan Pelanggan	32
4.2.2	Penilaian Pelanggan Terhadap Kinerja <i>Three Sixty Cafe</i>	33
4.2.3	Analisa Kesenjangan Antara Rata-Rata Tingkat Kepentingan Dengan Rata-Rata Tingkat Kinerja	35
4.2.4	Penentuan Nilai Target Perusahaan dan Rasio Peningkatan	37
4.3	Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	39
4.4	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dengan Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	42
4.5	Hubungan Antar Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	44
4.6	Hal-Hal Yang Harus Dilakukan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan <i>Three Sixty Cafe</i>	45
4.6.1	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	45
4.6.2	Menentukan Nilai Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	47
4.6.3	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	49
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	
	RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung	1
Tabel 1.2 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung 2016	2
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Bauran Pemasaran	21
Tabel 3.2 Ukuran tingkat kepentingan	22
Tabel 3.3 Ukuran tingkat kinerja	22
Tabel 3.4 Jumlah Karyawan <i>Three Sixty Cafe</i>	29
Tabel 4.1 Modus Tingkat Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan	30
Tabel 4.2 Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Sesuai Urutan	32
Tabel 4.3 Rata-Rata Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Per Dimensi Sesuai Urutan	33
Tabel 4.4 Rata-Rata Kinerja <i>Three Sixty Cafe</i> Sesuai Urutan	34
Tabel 4.5 Rata-Rata Kinerja <i>Three Sixty Cafe</i> Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	35
Tabel 4.6 Kesenjangan Rata-rata Tingkat Kepentingan Dengan Rata-rata Tingkat Kinerja per Dimensi	35
Tabel 4.7 Rata-rata Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	37
Tabel 4.8 Rasio Peningkatan	37
Tabel 4.9 Rasio Peningkatan Sesuai Urutan per Dimensi	39
Tabel 4.10 Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	40
Tabel 4.11 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Dengan Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	42
Tabel 4.12 Hubungan Antar Karakteristik Teknik <i>Three Sixty Cafe</i>	44
Tabel 4.13 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	45
Tabel 4.14 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan Sesuai Urutan	46
Tabel 4.15 Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	48
Tabel 4.16 Tingkat Kepentingan Absolut	50

Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	54
Tabel 4.18	Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	55

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 Struktur House of Quality	13
Gambar 3.1 Poses Pelayanan <i>Three Sixty Cafe</i>	26
Gambar 3.3 Struktur Organisasi <i>Three Sixty Cafe</i>	27
Gambar 5.1 Contoh <i>Latte Art</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Wawancara
Lampiran 2	Observasi
Lampiran 3	Daftar menu <i>Three Sixty Cafe</i>
Lampiran 4	Prasarana
Lampiran 5	Kuesioner Kualitas pada <i>Three Sixty Cafe</i>
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 30 Responden
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan Terhadap 100 Responden
Lampiran 8	Profil Responden
Lampiran 9	Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan
Lampiran 10	Data Hasil Kuesioner Tingkat kinerja
Lampiran 11	<i>House of Quality</i>
Lampiran 12	Saran Standar Sikap dan Perilaku Pelayan Terhadap Konsumen
Lampiran 13	Saran Standar penampilan Karyawan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jumlah kedatangan wisatawan merupakan salah satu penyumbang pendapatan di kota Bandung, peningkatan ini didukung oleh perkembangan yang begitu pesat dalam bisnis hotel maupun restoran. Bandung merupakan salah satu tujuan pariwisata yang paling diminati khususnya di Provinsi Jawa Barat.

Sebagai tujuan wisata, kota Bandung memiliki segalanya dari sektor *fashion*, kafe dan restoran yang unik dengan berbagai pilihan makanan, serta berbagai pilihan obyek wisata yang bervariasi. Oleh karena itu, pada saat akhir pekan khususnya pada saat libur panjang, warga dari luar kota Bandung khususnya warga Jakarta beramai-ramai datang ke kota Bandung untuk sekedar berwisata kuliner.

Menurut data statistik daerah kota Bandung, Sejak tahun 2012 tren jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung menunjukkan adanya peningkatan. Tabel 1.1 adalah data dari Badan Pusat Statistik Indonesia mengenai jumlah kedatangan wisatawan ke Kota Bandung selama empat tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	M mancanegara	Domestik	
2012	158.848	3.354.857	3.513.705
2013	170.982	3.726.447	3.897.429
2014	180.143	5.027.421	5.807.504
2015	158.350	5.307.659	5.466.009

Sumber: intepretasi Penulis dari Data Statistik Daerah Kota Bandung 2016

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat jumlah wisatawan di Kota Bandung pada tahun 2012 wisatawan yang datang mencapai 3.513.705 orang, dan meningkat sebesar 10,92% menjadi 3.897.429 orang pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2014 mengalami peningkatan yang cukup drastis yaitu sebesar 49,01% menjadi 5.807.504 orang. Namun agak mengalami penurunan sebesar 5,88% menjadi 5.466.009 orang pada tahun 2015.

Tabel 1.2

Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung 2015

Kategori	Jumlah
Rumah Makan	366
Kafe	13
Total	379

Sumber: Bandung dalam angka 2016

Seperti yang terlihat dari tabel 1.2 jumlah rumah makan dan kafe yang totalnya mencapai 379 tempat dapat mendatangkan peluang besar untuk mengundang wisatawan yang berkunjung. Namun juga membuat persaingan antar rumah makan dan kafe sangat tinggi. Setiap tahunnya selalu muncul rumah makan maupun kafe baru yang membuat para pemilik harus berfikir untuk selalu memberikan inovasi dan melakukan peningkatan kualitas secara terus menerus

Three Sixty Cafe adalah salah satu kafe di Kota Bandung terletak di Jalan Setiabudi Nomor 170 Bandung, telah berdiri sejak bulan Agustus 2015 oleh Bapak Kevin Suyana. Kafe ini memiliki tempat dengan konsep desain interior *retro vintage*. Memiliki produk makanan unggulan khas Eropa dan Indonesia. Terdiri atas *Lite bites*, nasi, *pasta*, *pizza*, *burger & steak*, *dessert*, *beverage*. Dengan kisaran harga, antara Rp.12.000 - Rp. 50.000 untuk makanan dan Rp. 7.000 – Rp. 28.000 untuk minuman.

Kapasitas kafe sendiri adalah 80 pelanggan. Lantai pertama terdiri atas 8 meja kecil, lantai kedua terdiri atas 8 meja kecil, 1 meja panjang dan 1 meja bulat besar. Setiap meja kecil memiliki masing-masing 4 bangku, sedangkan meja panjang dan meja bulat masing-masing memiliki 8 bangku. Jadi total meja dan kursi pada *Three Sixty Cafe* adalah 18 meja dan 80 bangku. Sedangkan pada lantai kedua dapat dijadikan acara seperti *standing party* yang dapat memuat sekitar 120 orang dengan kondisi tanpa meja dan kursi.

Three Sixty Cafe memiliki target perhari berdasarkan pendapatan yaitu Rp. 4.500.000 per hari pada hari biasa dan Rp. 5.500.000 pada akhir minggu. Namun menurut informasi pemilik tidak setiap hari target tersebut dapat terpenuhi, terutama pada hari Selasa dan Kamis yang menurut pemilik merupakan hari yang tidak terlalu banyak pengunjung.

Menurut Pemilik *Three Sixty Cafe* hasil dari *guest comment* yang dibagikan kepada pelanggan serta bertanya kepada 10 pelanggan, maka didapatkan beberapa permasalahan yaitu makanan kurang bervariasi, serta pada saat jam sibuk seperti malam Minggu sering kali karyawan tidak bersiaga karena sedang memenuhi pesanan pelanggan lainnya, pelanggan dibuat cukup lama menunggu makanan datang, dan rasa makanan yang kurang memuaskan pelanggan.

Dengan melihat gejala diatas, penulis ingin mengetahui penilaian pelanggan terhadap produk *Three Sixty Cafe* dan juga penyebab dari masalah tersebut. Dengan harapan *Three Sixty Cafe* dapat menyediakan produk dan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Untuk mengetahui harapan dan keinginan pelanggan mengenai kualitas produk dan pelayanan, penulis bermaksud melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas *Three Sixty Cafe* agar dapat bertahan di pasar. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas produk *Three Sixty Cafe* dengan menggunakan *House of Quality* dengan judul: **"Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan Kualitas Produk pada *Three Sixty Cafe* Bandung"**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka disusun rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan *Three Sixty Cafe*?
2. Bagaimana perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja *Three Sixty Cafe*?
3. Apa saja karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh *Three Sixty Cafe* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik teknik *Three Sixty Cafe* dengan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang dimiliki oleh *Three Sixty Cafe*?
6. Prioritas perbaikan apa yang sebaiknya dilakukan oleh *Three Sixty Cafe* untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan solusi kepada perusahaan yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh perusahaan dengan menggunakan matrix *House of Quality*. Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan *Three Sixty Cafe*.
2. Mengetahui bagaimana perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja *Three Sixty Cafe*.
3. Mengetahui apa saja karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh *Three Sixty Cafe* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Mengetahui bagaimana hubungan antar karakteristik teknik *Three Sixty Cafe* dengan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen.
5. Mengetahui bagaimana hubungan antara karakteristik teknik yang dimiliki oleh *Three Sixty Cafe*.
6. Mengetahui prioritas perbaikan apa yang sebaiknya dilakukan oleh *Three Sixty Cafe* untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
 - Meningkatkan kemampuan dalam menerapkan ilmu yang dipelajari saat kuliah.
 - Menambah wawasan dan pengetahuan tentang membuat, mendapatkan gambaran tentang masalah yang dihadapi menggunakan matrix *House of Quality*.
2. Bagi pemilik perusahaan
 - *Three Sixty Cafe* dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya.
 - *Three Sixty Cafe* mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanannya
 - *Three Sixty Cafe* mengetahui karakteristik teknik apa yang diperlukan.
 - *Three Sixty Cafe* mengetahui prioritas perbaikan yang diperlukan
3. Bagi para pembaca.
 - Memberi pengetahuan mengenai kualitas khususnya matrix *House of Quality*.
 - Menjadi referensi untuk penelitian mengenai penelitian yang sejenis.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kualitas merupakan hal yang penting bagi setiap pemilik usaha, di jaman modern ini semakin menjamurnya usaha memaksa para pemilik usaha untuk dapat berlomba-lomba memperbaiki kualitas mereka. Karena kepuasan pelanggan menentukan apakah mereka akan kembali untuk membeli produk kita atau tidak. Untuk menghadapi persaingan tersebut maka pengusaha harus meningkatkan kualitas. Menurut Heizer dan Render (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 254)

“Improvement in quality help firms increase sales and reduce cost, both of which can increase profitability. Increase in sales often occur as firm speed response, increase or lower selling price and improve their reputations of quality product.”

Peningkatan kualitas dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya, kedua hal tersebut dapat meningkatkan keuntungan. Peningkatan penjualan dapat terjadi karena respon cepat dari perusahaan, kenaikan atau penurunan harga jual dan perbaikan kualitas produk. Untuk meningkatkan kualitas produk *Three Sixty Cafe* sebaiknya perusahaan akan menggunakan matrix *House of Quality*.

Dimensi bauran pemasaran digunakan untuk mengukur kebutuhan dan keinginan pelanggan. *“Marketing mix is the set of tactical marketing tools consist of product, price, place, promotion that the firm blends to produce the response it wants in the target market”* (Kotler dan Keller, 2012: 75). Bauran pemasaran adalah alat pemasaran berupa produk, harga, lokasi, promosi yang dipadukan untuk memproduksi sesuai keinginan target pasarnya. Bauran pemasaran terdiri atas 7 dimensi, tetapi penulis hanya memilih 5 dimensi yaitu, produk (*product*), harga (*price*), manusia (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*). Dimensi Lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*) tidak dibahas karena tidak mempengaruhi kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap produk *Three Sixty Cafe*.

Untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan maka penulis menggunakan sistem *Total Quality Management*. *“Total Quality Management refers to quality emphasis that encompasses the entire organization, from supplier to customer”* (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 257) *Total Quality Management* mengacu kepada penekanan kualitas yang meliputi seluruh organisasi, dari pemasok ke pelanggan. Sedangkan dalam sistem *Total Quality Management* tersebut penulis memakai metode *Quality Function Deployment*. *“Quality Function Deployment is a system that identified and sets the priorities for product, service,*

and process improvement opportunities that lead to increase customer satisfaction” (Besterfield, 2009: 92). *Quality Function Deployment* adalah sistem untuk menentukan prioritas dari produk, layanan dan perbaikan proses yang mengarah kepada peningkatan kepuasan konsumen. Dengan menggunakan metode ini, perusahaan dapat mengetahui apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan, yang nantinya akan menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas *Three Sixty Cafe*.

Sedangkan *House of Quality* adalah alat yang akan digunakan. “*The House of Quality is a set of matrixes is used to relate the voice of the customer to a product’s technical requirements, component, requirement process control plans, and manufacturing operation.*” (Evans dan Lindsay, 2005: 569) *House of Quality* adalah sekumpulan matriks yang digunakan untuk menghubungkan suara pelanggandengan persyaratan teknis sebuah produk, komponen, pengendalian proses, dan operasi dalam perusahaan. Dengan menggunakan *House of Quality* diharapkan penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas produk maupun jasanya.