

**PENERAPAN MATRIKS RUMAH KUALITAS DALAM UPAYA
MEMENUHI KEBUTUHAN DAN KEINGINAN KONSUMEN
RESTORAN MAGMA PLATE RESTO BANDUNG**



SKRIPSI

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

Oleh

Deta Andradi

2011 120 124

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2018**

**THE IMPLEMENTATION OF HOUSE OF QUALITY MATRIX
TO COMPLY THE CUSTOMER'S NEEDS AND WANTS IN
RESTAURANT MAGMA PLATE RESTO BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

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

Author

Deta Andradi

2011 120 124

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM
(Accredited by the Decree of BAN-PT
No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)
BANDUNG
2018**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PENERAPAN MATRIKS RUMAH KUALITAS DALAM UPAYA
MEMENUHI KEBUTUHAN DAN KEINGINAN KONSUMEN
RESTORAN MAGMA PLATE RESTO BANDUNG

Oleh :

Deta Andradi

2011 120 124

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 5 Januari 2018

Ketua Program Studi Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

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



PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Deta Andradi
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 03 Oktober 1992
Nomor Pokok : 2011 120 124
Program Studi : Sarjana Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL

PENERAPAN MATRIKS RUMAH KUALITAS DALAM UPAYA MEMENUHI
KEBUTUHAN DAN KEINGINAN KONSUMEN RESTORAN MAGMA PLATE
RESTO BANDUNG

dengan pembimbing : Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

SAYA NYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.200juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 9 Januari 2018

Pembuat pernyataan :



(Deta Andradi)

ABSTRAK

Restoran Magma Plate Resto adalah restoran yang terletak di Jalan Brigjen Katamsno No. 45, Bandung. Dalam industri makanan dan minuman ini perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produknya sehingga dapat bersaing dengan pesaingnya. Berdasarkan wawancara awal dengan konsumen, terdapat ketidakpuasan konsumen terhadap dimensi produk, harga, bukti fisik, manusia, dan proses. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Matriks Rumah Kualitas Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Restoran Magma Plate Resto Bandung”.

Dengan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD) ini dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada kualitas produknya. Penerapan QFD dilakukan dengan alat bantu *House of Quality* (HoQ). HoQ dapat membantu perusahaan untuk melihat prioritas karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen, dan prioritas perbaikan pada karakteristik tekniknya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pada tanggal 8-9 Oktober 2017 dan tanggal 16-22 Oktober 2017. Penelitian dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran jasa, yaitu produk (*product*), harga (*price*), manusia (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja dari Restoran Magma Plate Resto.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa konsumen belum merasa puas dengan kinerja produk dari Restoran Magma Plate Resto. Hal ini dapat dilihat dari nilai kesenjangan yang masih bernilai negatif dari setiap dimensi karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dari yang terbesar sampai terkecil yaitu dimensi bukti fisik (-0,57), dimensi manusia (-0,40), dimensi produk (-,037), dimensi proses (-0,29), dan dimensi harga (-0,18) maka dari itu penulis memberikan saran perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh pihak Restoran Magma plate Resto agar dapat meningkatkan kualitas produknya. Prioritas dari perbaikan yang perlu dilakukan oleh Restoran Magma Plate Resto disarankan agar mengacu pada nilai kepentingan relatif yang bernilai diatas 6% yaitu “Memiliki koki yang ahli dan berpengalaman” (10,68%), “Membuat standar kualitas pelayanan” (9,61%), “Memiliki menu makanan dan minuman yang cukup bervariasi” (8,54%), “Ada standar untuk kebersihan toilet dan tempat cuci tangan” (6,41%), “Memproses bahan mentah menjadi barang dalam proses yang siap diolah” (6,41%).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya hingga pada akhirnya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.

1. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: ayah Penulis, Dr. Ir. Hendrawan, atas bimbingannya sampai saat ini; ibu Penulis, almh. Ir. Tiny Alida, akhirnya tunai sudah hutang saya untuk lulus; kakak-kakak Penulis, atas motivasi dan kegaduhannya; serta keponakan-keponakan tercinta yang turut memberikan warna dalam hidup Penulis.
2. Kakak Renitta Andrani, yang selalu mendoakan, menghibur, menemani dan mendukung saudaranya agar selalu diberi kelancaran dalam menyelesaikan setiap urusan studinya.
3. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., yang penulis hormati selaku pembimbing penulis dalam penelitian ini yang telah banyak meluangkan waktunya dan banyak memberikan ilmu, motivasi, dan semangat hingga akhirnya penelitian ini dapat selesai dengan lancar dan tepat waktu.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., yang penulis hormati selaku Ketua Jurusan Program Studi Sarjana Manajemen.
5. Bapak Agus Hasan P.A., Drs., M.Si yang penulis hormati selaku dosen wali yang senantiasa memberikan masukan, dan dukungan dalam setiap konsultasi mengenai permasalahan yang dihadapi selama melaksanakan studi di Unpar.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Unpar yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan bimbingan dan ilmu-ilmunya yang sangat berguna selama berkuliah di Unpar.
7. Seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Unpar yang telah membantu penulis dalam hal administrasi selama penulis berkuliah di Unpar.
8. Terima kasih kepada Ucup, Ikang, Apu, dan Anno atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menjadikan Restoran Magma Plate Resto sebagai bahan penelitian skripsi ini.

9. Terima kasih Dea udah menemani buat skripsi walaupun selalu pengen pulang gara-gara kedinginan.
10. Kepada seluruh teman-teman Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi, terima kasih atas kebersamaannya dalam suka maupun duka selama penulis menjalankan studi di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Keluarga besar siswa SMA Taruna Bakti 2011 yang tidak bisa disebutkan satu persatu supaya tidak iri kalau baca, yang telah memberikan banyak dukungan dan memberikan kebersamaan yang tidak akan pernah dilupakan pada kehidupan sehari-hari.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmatnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, doa serta dukungan kepada penulis dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua, Aamiin.

Bandung, Januari 2018

Deta Andradi

DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.4. Kerangka Pemikiran	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Manajemen Operasi	7
2.2. Restoran	7
2.3. Penawaran	8
2.4. Jasa	9
2.4.1. Pengertian Jasa	9
2.4.2. Karakteristik Jasa	9
2.5. Bauran Pemasaran	10
2.6. Kualitas	11
2.7. <i>Total Quality Management</i>	11
2.7.1. Prinsip <i>Total Quality Management</i>	12
2.7.2. Alat <i>Total Quality Management</i>	13
2.8. <i>Quality Function Deployment</i>	13
2.9. <i>House of Quality</i>	14
2.9.1. Struktur <i>House of Quality</i>	14
2.9.2. Penyusunan <i>House of Quality</i>	16
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	17
3.1. Metode Penelitian	17
3.1.1. Jenis Penelitian	17
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data	18
3.1.3. Operasionalisasi Variabel	19
3.1.4. Pengukuran Variabel	20
3.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3.1.6. Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.1.7. Penetapan Ukuran Sampel	22
3.1.8. Teknik Pengambilan Sampel	22
3.2. Objek Penelitian	23
3.2.1. Profil Perusahaan	23
3.2.2. Deskripsi Pekerjaan Karyawan dan Jam Kerja	24

3.2.3. Produk Restoran Magma Plate Resto	27
3.2.4. Proses Pelayanan	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Identifikasi Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	31
4.1.1. Pengujian Reliabilitas dan Validitas Kuesioner yang Digunakan	31
4.1.2. Penetapan Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	32
4.2. Penetapan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Dibandingkan dengan Karakteristik Kinerja Restoran Magma Plate Resto	33
4.2.1. Penetapan karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	33
4.2.2. Penetapan Rata-Rata Tingkat Kinerja Perusahaan	35
4.2.3. Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja	37
4.2.4. Rasio Peningkatan	39
4.3. Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	41
4.4. Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	44
4.5. Hubungan Antara Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	47
4.6. Langkah untuk Peningkatan Kinerja Restoran Magma Plate Resto	48
4.6.1. Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	48
4.6.2. Menentukan target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	50
4.6.3. Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1.1. Jumlah Restoran di Kota Bandung Tahun 2015 – 2016	1
Tabel 1.2. Persentase Penjualan dari Penjualan Bulan Februari Tahun 2017	2
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Bauran Pemasaran Jasa	19
Tabel 3.2. Skala Numerik untuk Mengukur Tingkat Kepentingan	20
Tabel 3.3. Skala Numerik untuk Mengukur Tingkat Kinerja	21
Tabel 3.4. Daftar Harga dan Produk Restoran Magma Plate Resto	27
Tabel 4.1. Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	32
Tabel 4.2. Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Berdasarkan Indikator dan Dimensi Sesuai Urutan	34
Tabel 4.3. Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	35
Tabel 4.4. Rata-Rata Tingkat Kinerja Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Berdasarkan Indikator dan Dimensi Sesuai Urutan	35
Tabel 4.5. Rata-Rata Tingkat Kinerja karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	36
Tabel 4.6. Rata-Rata Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Setiap Indikator dan Dimensi Sesuai Urutan	37
Tabel 4.7. Rata-Rata Kesenjangan Antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	39
Tabel 4.8. Rasio Peningkatan Restoran Magma Plate Resto	40
Tabel 4.9. Rasio Peningkatan Berdasarkan Dimensi Sesuai Urutan	41
Tabel 4.10. Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	42
Tabel 4.11. Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	44
Tabel 4.12. Hubungan Antar Karakteristik Teknik Restoran Magma Plate Resto	48
Tabel 4.13. Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	49
Tabel 4.14. Target dan Tingkat Kesulitan Karakteristik Teknik	50
Tabel 4.15. Tingkat Kepentingan Absolut	53
Tabel 4.16. Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	57
Tabel 4.17. Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif Sesuai Urutan	58

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1. <i>The House of Quality</i>	15

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Observasi
- Lampiran 2 Hasil Wawancara Restoran Magma Plate Resto
- Lampiran 3 Foto-Foto di Restoran Magma Plate Resto
- Lampiran 4 Kuesioner
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Terhadap 30 Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Terhadap 30 Responden yang Tidak Valid
- Lampiran 7 Profil Responden
- Lampiran 8 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan
- Lampiran 9 Data Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja
- Lampiran 10 *House of Quality*
- Lampiran 11 Usulan Standar Kualitas Pelayanan
- Lampiran 12 Usulan Standar Sikap dan Perilaku Karyawan
- Lampiran 13 Usulan Standar Penampilan Karyawan Restoran Magma Plate Resto
- Lampiran 14 Usulan Standar Kebersihan Toilet dan Tempat Cuci Tangan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Manusia memiliki beberapa kebutuhan primer yaitu sandang, pangan, dan papan. Di antara ketiga kebutuhan primer tersebut, kebutuhan pangan merupakan kebutuhan yang paling utama bagi manusia. Manusia membutuhkan makanan dan minuman dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Saat ini, kebutuhan pangan bukan sekedar kebutuhan primer, melainkan sudah berkembang menjadi gaya hidup yang memicu hadirnya industri makanan dan minuman di Indonesia.

Perkembangan industri makanan dan minuman ditunjukkan dengan tumbuhnya jumlah restoran di Indonesia, salah satunya di Kota Bandung yang merupakan daerah tujuan untuk wisata kuliner di Indonesia. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu pendukung dari industri pariwisata. Menurut dinas pariwisata dan kebudayaan Kota Bandung, tercatat sekitar 6,1 juta wisatawan yang datang ke Kota Bandung selama tahun 2015, meningkat dibandingkan tahun 2014 yaitu sekitar 5,8 juta wisatawan (www.ppid.bandung.go.id). Jumlah wisatawan tersebut merupakan jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara.

Di Provinsi Jawa Barat khususnya Kota Bandung, terdapat banyak industri kreatif yang sebagian besar bergerak di industri makanan dan minuman. Pada tahun 2015 hingga tahun 2016 terdapat pertumbuhan khususnya pada industri makanan dan minuman dalam bentuk restoran di Kota Bandung.

Tabel 1.1.

Jumlah Restoran di Kota Bandung Tahun 2015 – 2016

Tahun	Jumlah Restoran	Pertumbuhan
2015	653	-
2016	795	21,7%

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Tahun 2016

Dari tabel 1.1. dapat dilihat bahwa setiap tahun jumlah restoran di Kota Bandung meningkat, khususnya dari tahun 2015 ke tahun 2016. Setiap restoran menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman, baik khas Kota Bandung maupun dari daerah

luar Kota Bandung. Untuk menghadapi persaingan, para pengusaha industri makanan dan minuman bersaing untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang dimiliki masing-masing perusahaan yang dijalankan. Hal ini dilakukan agar bisnis yang dikelola mampu bertahan, berkembang, dan bersaing dengan pesaing.

Restoran Magma Plate Resto adalah restoran yang terletak di Jalan Brigjen Katamso No. 45, Bandung. Restoran ini mulai beroperasi pada Bulan Februari 2017. Restoran Magma Plate Resto beroperasi setiap hari pada pukul 10.00 hingga pukul 22.00, untuk menjual makanan dan minuman dengan jenis yang cukup beragam. Makanan yang ditawarkan, sebagian besar disajikan menggunakan *hot plate* dengan saus yang meleleh seperti magma, oleh karena itu pemilik menamakan restorannya Restoran Magma Plate Resto. Penggunaan *hot plate* bertujuan agar makanan tetap hangat. Makanan yang dijual di Restoran Magma Plate Resto memiliki kisaran harga Rp. 11.000 hingga Rp. 37.000 sebelum pajak dan *service charge*. Sedangkan minuman dijual dengan kisaran harga Rp. 5.000 hingga Rp. 23.000 sebelum pajak dan *service charge*. Pajak restoran dan *service charge* yang dibebankan kepada konsumen masing-masing sebesar 10% dan 5% dari harga makanan dan minuman yang tertera dalam daftar menu.

Saat ini Restoran Magma Plate Resto menghadapi banyak persaingan pada industri makanan minuman. Dalam melakukan proses bisnisnya, pihak Restoran Magma Plate Resto harus berupaya untuk melakukan perubahan-perubahan yang membuat Restoran Magma Plate Resto dapat terus bersaing dengan pelaku usaha di industri makanan dan minuman.

Tabel 1.2.

Persentase Penjualan dari Penjualan Bulan Februari Tahun 2017

Bulan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sept	Okt
Persentase	100%	116%	100%	116%	154%	89%	74%	59%	53%

Sumber: Data Perusahaan

Dari tabel 1.2. dapat dilihat bahwa hasil penjualan pada Bulan Maret, Mei, dan Juni berada di atas Bulan Februari, namun selanjutnya pada Bulan Juli, Agustus, September, dan Oktober tahun 2017 penjualan terus menurun hingga mencapai 53% dari penjualan Bulan Februari 2017. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan 10

konsumen Restoran Magma Plate Resto, terdapat ketidakpuasan berkaitan dengan lima dimensi (produk, harga, manusia, bukti fisik, dan proses) yang dapat dilihat pada lampiran 2.

Untuk dapat memuaskan konsumennya setiap perusahaan perlu mengetahui terlebih dahulu apa saja yang diharapkan, dan bagaimana penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan. Setelah mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumennya, maka sebaiknya perusahaan mendesain karakteristik teknik agar mampu memenuhi karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu alat bantu untuk menerjemahkan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam karakteristik teknik yaitu *House of Quality* (Rumah Kualitas). Dengan mengetahui harapan konsumen dan kinerja perusahaan, diharapkan perusahaan dapat memperbaiki kinerja perusahaan tersebut, untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Matriks Rumah Kualitas Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Restoran Magma Plate Resto Bandung”**.

1.2. Rumusan Masalah

Karena mengalami penjualan yang terus menurun, Restoran Magma Plate Resto sebaiknya memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, serta melakukan perbaikan-perbaikan yang dibutuhkan. Berdasarkan uraian di atas, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen Restoran Magma Plate Resto?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas produk Restoran Magma Plate Resto dibandingkan dengan harapannya?
3. Karakteristik teknik apa saja yang sebaiknya dimiliki oleh Restoran Magma Plate Resto, untuk memenuhi karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumennya?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki Restoran Magma Plate Resto?

5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik pada Restoran Magma Plate Resto?
6. Apa saja yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan Restoran Magma Plate Resto?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen Restoran Magma Plate Resto.
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas produk Restoran Magma Plate Resto dibandingkan dengan harapannya.
3. Mengetahui teknik apa saja yang sebaiknya dimiliki oleh Restoran Magma Plate Resto, untuk memenuhi karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumennya.
4. Mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki Restoran Magma Plate Resto.
5. Mengetahui hubungan antar karakteristik teknik pada Restoran Magma Plate Resto.
6. Mengetahui yang perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan Restoran Magma Plate Resto.

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

1. Bagi penulis, diharapkan dapat lebih memahami ilmu manajemen operasi khususnya mengenai manajemen kualitas dan untuk mengetahui implementasi dari teori tersebut.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat membantu perusahaan agar mampu bertahan, berkembang, dan bersaing dengan pesaingnya. Secara khusus, melalui penelitian ini diharapkan Restoran Magma Plate Resto mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Bagi pihak lain, dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi yang ingin melakukan penelitian mengenai upaya meningkatkan kualitas produk dari sebuah restoran.

1.4. Kerangka Pemikiran

Persaingan yang dihadapi oleh setiap perusahaan dipastikan semakin ketat dikarenakan jumlah pesaing semakin banyak dan kualitas produk yang semakin baik. Persaingan menuntut perusahaan untuk mampu meningkatkan kinerja perusahaan dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. “*Quality is the ability of a product or service to meet customer needs*” (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 255). Perusahaan yang memperhatikan kualitas produk, maka akan berdampak pada reputasi perusahaan tersebut. Perusahaan yang menyediakan produk yang berkualitas akan memuaskan konsumennya. Konsumen yang puas akan menimbulkan *word of mouth* yang positif dan loyal kepada perusahaan (Kotler dan Keller, 2016: 440).

Agar dapat memuaskan konsumennya, perusahaan perlu merancang produk dengan tepat. Restoran termasuk dalam kategori *hybrid product* karena menyediakan produk berupa makanan, minuman, dan pelayanan. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan dimensi bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) untuk mengukur kebutuhan dan keinginan konsumen. Terdapat tujuh dimensi bauran pemasaran jasa, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) (Zeithaml, Bitner, dan Gremler, 2013: 26). Dimensi tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) tidak diteliti pada penelitian ini, karena tempat dari Restoran Magma Plate Resto adalah milik dari salah satu pemilik perusahaan sehingga pemilik memutuskan untuk tidak memindahkan tempat. Promosi tidak diteliti karena penelitian ini berfokus kepada pemenuhan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu sistem atau cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). TQM merupakan sebuah pendekatan di mana semua anggota perusahaan terlibat dan terus meningkatkan kualitas produk, layanan, dan proses bisnis (Kotler dan Armstrong,

2016: 262). Salah satu alat bantu TQM yang biasa digunakan untuk perusahaan dalam pengembangan produk adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Cohen, 1995: 11). Penggunaan metode QFD akan sangat membantu dalam proses perancangan produk untuk menghasilkan produk yang lebih kompetitif. Manfaat dari penggunaan metode QFD yaitu untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengembangkan dan memperbaiki atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen (Heizer, Reinder, Munson, 2017: 204).

Penelitian ini menggunakan alat bantu dalam QFD yaitu Rumah Kualitas (*House of Quality/ HoQ*). HoQ merupakan alat bantu QFD yang memanfaatkan matriks perencanaan untuk menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen, lalu mengolahnya menjadi karakteristik teknik dari perusahaan (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 205). Dengan menggunakan HoQ perusahaan dapat memperbaiki kinerja perusahaan dengan memenuhi harapan konsumennya.