

**PERENCANAAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK
DAN PELAYANAN GAGE *KOREAN GRILL AND CAFÉ*
BANDUNG**



SKRIPSI

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

**Oleh
Daniel Kurniawan
2014120019**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(Terakreditasi berdasarkan Keputusan BAN-PT
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)
BANDUNG
2018**

**IMPROVEMENT PLANNING ON SERVICE AND
PRODUCT QUALITY OF GAGE KOREAN GRILL
AND CAFÉ BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete the requirements
Of a Bachelor Degree in Economics*

**By
Daniel Kurniawan
2014120019**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT DEPARTMENT
(Accredited based on Keputusan BAN-PT
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)
BANDUNG
2018**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERENCANAAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
GAGE KOREAN GRILL AND CAFÉ BANDUNG

Oleh:
Daniel Kurniawan
2014120019

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2018

Ketua Program Studi Manajemen,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing Skripsi,

Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D.

Ko-Pembimbing Skripsi,

Fernando Mulia, S.E., M.Kom

PERNYATAAN:

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Daniel Kurniawan
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 4 Februari 1996
Nomor Pokok : 2014120019
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

JUDUL **PERENCANAAN PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN GAGE KOREAN GRILL AND CAFÉ BANDUNG**

dengan,

Pembimbing : Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D.
Ko-pembimbing : Fernando Mulia, S.E., M.Kom.

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 kesarjanaan.

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 : Agustus 2018

Pembuat pernyataan:



(Daniel Kurniawan)

KATA PENGANTAR

Peneliti memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan anugerah-Nya sehingga penulisan skripsi berjudul “Perencanaan Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Gage *Korean Grill and Café* Bandung” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini juga disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Peneliti menyadari akan adanya kekurangan, namun peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Pada kesempatan ini juga peneliti ingin menyampaikan bentuk terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan pada penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik, yaitu:

1. Papa, Mama, dan kedua adik yang selalu membantu peneliti dalam doa, dukungan, dan motivasi serta pengumpulan data yang tidak kunjung henti untuk peneliti dalam keadaan senang maupun susah.
2. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing dan Bapak Fernando Mulia, S.E., M.Kom., selaku dosen ko-pembimbing yang tidak lelah membimbing dan mengarahkan peneliti di tengah kesibukannya dengan sabar serta memberikan motivasi untuk tidak pernah menyerah dalam perjuangan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Welly selaku manajer operasional Gage *Korean Grill and Café* serta Ibu Susy dan Bapak Hendy selaku pemilik Gage *Korean Grill and Café* yang membolehkan peneliti untuk melakukan penelitian pada restorannya.
4. Axel Angelo Joeniarto, Anthonio Lim, Clairine Herrera, Edward Cahyadi, dan Kevin Averell yang memberikan bantuan dalam bentuk motivasi, semangat, teguran, serta saran untuk skripsi yang perlu untuk dilakukan.
5. Calvin Rivaldy, Jesica Nabila, Jessika Febriany, dan Kurniadi Setiawan sebagai pejuang skripsi semester genap tahun ajaran 2017/2018 yang memberikan dukungan melalui motivasi serta mengajak peneliti untuk mengerjakan skripsi bersama sehingga peneliti tidak malas untuk mengerjakannya.

6. Caesario, Chris, Jason, Fahmy, dan Raymond sebagai sahabat peneliti yang menghibur peneliti melalui ajakan kepada peneliti untuk senantiasa bermain FIFA dan menambah warna melalui canda gurau dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Adya, Dyfrig, dan Renaldy sebagai sahabat main PS peneliti yang membantu peneliti melalui dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat.
8. Hans, Steven, dan Tobias sebagai sahabat *fitness* peneliti yang selalu memberikan dukungan melalui semangat dan motivasi.
9. Teman-teman Jajanan Coklat lainnya (Aloysius, Anthony, Christian, Josef, Ivan, Reynard, Ryan, Sendy) yang sudah mewarnai kehidupan mahasiswa peneliti selama peneliti ada di UNPAR.
10. Andrew, Christian, Eka dan Sheren yang membantu peneliti dalam proses pengumpulan data serta menjadi teman seangkatan di UNPAR.
11. Keluarga besar Manajemen UNPAR 2014 dan teman-teman UNPAR lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-per-satu.
12. Komunitas MeForGod yang senantiasa mendukung peneliti melalui doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat.
13. Seluruh pengerja dan calon pengerja JC Aruna yang mendukung peneliti melalui doa.
14. Seluruh pihak lainnya yang membantu penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan bantuan dalam hal apapun.

Penulis menyadari akan banyaknya kekurangan yang terdapat pada skripsi ini, mengingat keterbatasan yang penulis miliki baik dalam waktu serta pengetahuan. Dengan demikian penulis berharap agar skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, Agustus 2018

Daniel Kurniawan

ABSTRAK

Kualitas merupakan hal esensi untuk sebuah perusahaan. Ketika kualitas pelayanan dan produk suatu perusahaan buruk, sebuah perusahaan dapat menghasilkan lebih sedikit dari perusahaan lainnya. Salah satu usaha kuliner Korea di Bandung yang berdiri pada bulan November 2017 adalah *Gage Korean Grill and Café* yang berlokasi di Ruko Holis Regency blok C no. 46. Dari keluhan-keluhan pelanggan ditemukan permasalahan besar dalam pelayanannya sehingga *Gage Korean Grill and Café* tidak mendapatkan *occupancy rate* yang diharapkan. Dengan bermunculannya restoran-restoran Korea baru di tempat lain di Bandung, evaluasi terhadap pelayanan dan produk yang dijual *Gage Korean Grill and Café* diperlukan untuk mereka bisa tetap konsisten atau bahkan lebih baik agar perusahaan dapat bersaing dengan restoran Korea lainnya.

Untuk penelitian ini, metode *house of quality* dan metode *marketing mix* digunakan sebagai alat bantu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk pada *Gage Korean Grill and Café*. Kualitas yang baik dinilai dari kemampuan sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui kebutuhan konsumen serta tingkat kepentingannya saat berkunjung ke *Gage Korean Grill and Café*. Ketika kedua hal tersebut sudah diketahui, maka langkah berikutnya adalah merincikan karakteristik teknik yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen; mencari hubungan antar karakteristik teknik dan antara karakteristik teknik dengan kebutuhan konsumen; membandingkan kinerja *Gage Korean Grill and Café* dan restoran Korea lain. Sesudah semua langkah tersebut sudah diambil, analisis dengan pengelola *Gage Korean Grill and Café* dilakukan untuk menentukan target perbaikannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan tujuan untuk membantu peneliti mengerti karakteristik kelompok tertentu dalam situasi penelitian ini. Lalu, untuk mengumpulkan data mengenai kebutuhan konsumen serta tingkat kepentingannya, peneliti melaksanakan wawancara serta mendistribusikan kuesioner. Untuk mendapatkan data mengenai karakteristik teknik serta kekuatan hubungan antar karakteristik teknik dan antara karakteristik teknik dengan kebutuhan konsumen, peneliti melakukan wawancara dan *focused group discussions*.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa kinerja *Gage Korean Grill and Café* mendapatkan nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan restoran Korea lainnya ketika dinilai oleh pengunjung *Gage Korean Grill and Café*. Prioritas utama perbaikan *Gage Korean Grill and Café* adalah melakukan *personal assessment* setiap hari dan dievaluasi setiap dua minggu, melakukan *briefing* setiap pagi hari, memberikan sesi *training* pada karyawan sesuai dengan kebutuhannya, memasang satu foto menu baru setiap bulannya, memasang prosedur makan dalam bentuk *wallpaper* pada ruang makan, membuat perbedaan nama menu berdasarkan jenis daging, menambah dua karyawan selama dua hingga tiga jam sibuk, memberikan *product knowledge* untuk setiap karyawan untuk setiap *item* pada sebuah menu, dan melakukan pengecekan terhadap standar resep setiap tiga hari sekali.

Kata kunci: Kualitas, pelayanan, perbaikan.

ABSTRACT

Quality is essential for a company. When service and product quality are bad, a company can earn less than others. One of the Korean culinary business enterprises in Bandung established in November 2017 is Gage Korean Grill and Café located at 46, Holis Regency Shop house block C. From customer complaints, big shortcomings in Gage Korean Grill and Café's services were discovered so they didn't obtain the *occupancy rate* that they were hoping for. With the emergence of new Korean restaurants in other venues in Bandung, evaluation of services and products sold by Gage Korean Grill and Café is needed in order for them to stay consistent or even improve so that the company can compete with other Korean restaurants.

For this research, the house of quality method and marketing mix method are used as tools to increase the quality of service and products of Gage Korean Grill and Café. Good quality is scored in terms of a company's ability to fulfil their customer needs. That being said, it is really important to know the customers' needs and the importance level when they visit Gage Korean Grill and Café. When both of them are determined, the next step is detailing the technical characteristics that can be taken in order to fulfil the customer needs; finding the relationships between technical characteristics on the one hand and between technical characteristics and customer needs on the other hand; comparing the performance level of Gage Korean Grill and Café to other Korean restaurants. After these steps have been taken, the analysis with related parties of Gage Korean Grill and Café to determine the correction targets is made.

The method used in this research is the descriptive method in order to help the researcher understand certain groups of characteristics in this research situation. Then, in order to collect the data of customer needs and their importance level, interviews were conducted and questionnaires were distributed. In order to get the data covering technical characteristics and the relationship strength between technical characteristics and between technical characteristic and customer needs, interviews and focused group discussions were held.

From the result of the research, it is found that the performance of Gage Korean Grill and Café attained lower scores compared to other Korean restaurants when being scored by customers of Gage Korean Grill and Café. The main priorities of improvements for Gage *Korean Grill and Café* are making daily personal assessment and evaluate every two weeks, providing briefing every morning, giving training sessions to employees according to their needs, putting up one new photo menu every month, putting up eating procedures in the shape of wallpaper at the dining room, making different names for dishes based on various types of meat, adding two employees for two to three of rush hour times, educate product knowledge to employees for every items on the menu, and recheck standard recipes once every three days.

Keywords: Quality, service, improvement.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Jasa	7
2.2 Kualitas	9
2.2.1 Dampak Kualitas Terhadap Perusahaan	10
2.3 Kesenjangan Pada Jasa	10
2.4 SERVQUAL	12
2.5 <i>Total Quality</i>	13
2.6 <i>Marketing Mix</i>	14
2.7 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	15
2.7.1 <i>House of Quality (QFD Matrix)</i>	16
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.1.1 Jenis Penelitian	21
3.1.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.1.3 Alur Penelitian	24
3.1.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26

3.1.5	Operasionalisasi Variabel.....	28
3.1.6	Pengukuran Variabel.....	32
3.1.7	Batasan Penelitian	33
3.2	Objek Penelitian	33
3.2.1	Jam Operasional Perusahaan.....	34
3.2.2	Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan.....	35
BAB 4 PEMBAHASAN DAN HASIL		38
4.1	Tujuan Penggunaan HOQ	38
4.2	Kriteria Kebutuhan Konsumen.....	38
4.3	Bobot Kepentingan Kriteria Kebutuhan Konsumen	41
4.4	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Gage <i>Korean Grill and Café</i> dan Pesaing.....	48
4.5	Karakteristik Teknik Gage <i>Korean Grill and Café</i>	54
4.6	Kekuatan Hubungan Antar Karakteristik Teknik Terkait.....	55
4.7	Kekuatan Hubungan Antara Kriteria Kebutuhan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Terkait	62
4.8	Bobot Karakteristik Teknik Terkait	66
4.9	Data Kinerja Perusahaan dan Pesaing.....	70
4.10	Tingkat Kesulitan Pemenuhan Target Perusahaan.....	71
4.11	Prioritas Perbaikan Serta Cara Untuk Mencapainya.....	78
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		89
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		182

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 3.1 Jumlah Responden Berdasarkan Kelompok Usia	27
Tabel 3.2 Pemilihan Restoran Korea Lainnya oleh Responden.....	28
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Dimensi <i>Responsiveness</i> dan <i>Tangibles</i>	30
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Dimensi <i>Product</i>	31
Tabel 4.1 Respon Positif dan Negatif dari Setiap Dimensi Kualitas Pelayanan dan Produk.....	39
Tabel 4.2 Bobot Kepentingan Dimensi <i>Responsiveness</i> , <i>Tangibles</i> , dan <i>Product</i>	42
Tabel 4.3 Bobot Kepentingan Setiap Pernyataan pada Dimensi <i>Responsiveness</i> .	42
Tabel 4.4 Bobot Kepentingan Setiap Pernyataan pada Dimensi <i>Tangibles</i>	43
Tabel 4.5 Bobot Kepentingan Setiap Pernyataan pada Dimensi <i>Product</i>	44
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Pernyataan Dimensi <i>Responsiveness</i>	45
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Pernyataan Dimensi <i>Tangibles</i>	46
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Pernyataan Dimensi <i>Product</i>	47
Tabel 4.9 Urutan Tingkat Kepentingan Pernyataan-pernyataan Semua Dimensi.	47
Tabel 4.10 Penilaian Gage <i>Korean Grill and Café</i> dengan Restoran Korea Lain	49
Tabel 4.11 Kesenjangan Penilaian	51
Tabel 4.12 Pengurutan Kesenjangan Penilaian	52
Tabel 4.13 Karakteristik Teknik Terkait	54
Tabel 4.14 Kekuatan Hubungan Antar Karakteristik Teknik Terkait.....	56
Tabel 4.15 Karakteristik Teknik yang Memiliki Hubungan Kuat	58
Tabel 4.16 Karakteristik Teknik yang Memiliki Kekuatan Hubungan Menengah	60
Tabel 4.17 Karakteristik Teknik yang Memiliki Kekuatan Hubungan Lemah.....	61
Tabel 4.18 Hubungan Kriteria Kebutuhan Konsumen dan Karakteristik Teknik Terkait	63
Tabel 4.19 Bobot Absolut dari Setiap Karakteristik Teknik Terkait	66
Tabel 4.20 Bobot Absolut Karakteristik Teknik Terkait yang Diurutkan	68
Tabel 4.21 Bobot Relatif Karakteristik Teknik Terkait	69
Tabel 4.22 Target Perusahaan	70
Tabel 4.23 Bobot Tingkat Kesulitan Perbaikan	72
Tabel 4.24 Bobot Tingkat Kesulitan Perbaikan yang Diurutkan	73
Tabel 4.25 Penilaian Karakteristik Teknik Terkait untuk Gage dan Pesaingnya .	75

Tabel 4.26 Kesenjangan Penilaian Karakteristik Teknik Terkait	76
Tabel 4.27 Kesenjangan Penilaian Karakteristik Teknik Terkait yang Diurutkan	77

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 <i>Service Quality Gap Model</i>	11
Gambar 2.2 <i>House of Quality</i>	20
Gambar 3.1 <i>Fixed or Constant Sum Scale</i>	32
Gambar 3.2 <i>Likert Scale</i>	32
Gambar 3.3 Bagan Organisasi	35

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Observasi Perusahaan
- LAMPIRAN 2 Pertanyaan dan Jawaban Responden Wawancara Pendahuluan
- LAMPIRAN 3 Kuesioner Tingkat Kepentingan
- LAMPIRAN 4 Profil Responden Kuesioner Tingkat Kepentingan
- LAMPIRAN 5 Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan
- LAMPIRAN 6 Kuesioner Tingkat Kesenjangan
- LAMPIRAN 7 Profil Responden Kuesioner Tingkat Kesenjangan
- LAMPIRAN 8 Hasil Kuesioner Tingkat Kesenjangan
- LAMPIRAN 9 Wawancara Karakteristik Teknik
- LAMPIRAN 10 Wawancara Nilai Target Perusahaan
- LAMPIRAN 11 House of Quality

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha kuliner merupakan usaha yang memiliki tingkat keragaman yang tinggi. Keragaman tersebut dapat terlihat dari munculnya usaha kuliner baru dengan tema yang berbeda. Salah satu tema usaha kuliner yang mempengaruhi dunia usaha kuliner adalah masuknya budaya Korea. Masuknya budaya Korea ke dalam usaha kuliner membuat usaha kuliner Korea menjadi tempat yang cukup diminati oleh beragam kalangan usia. Dengan diminatinya usaha kuliner Korea, banyak munculnya usaha kuliner Korea yang baru dan membuat persaingan usaha kuliner menjadi sangat sengit.

Untuk sebuah usaha kuliner Korea dapat bersaing dengan usaha kuliner Korea lainnya, maka dibutuhkan suatu keunggulan. Salah satu dari keunggulan yang penting adalah keunggulan dalam pelayanan yang diberikan. Keunggulan dalam pelayanan dinilai penting karena pelayanan dalam sebuah usaha kuliner merupakan sebuah proses yang berkesinambungan dan dirasakan oleh konsumen dari saat konsumen datang hingga pulang dari tempat tersebut. Dengan dimilikinya keunggulan dalam pelayanan, maka sebuah usaha kuliner dapat lebih bersaing di dalam kompetisi yang sengit ini.

Salah satu restoran Korea yang sudah dibuka selama kurang lebih 6 bulan di daerah Bandung Selatan, tepatnya di Ruko Holis Regency blok C no. 46, bernama *Gage Korean Grill and café*. Karena baru beroperasi selama 6 bulan, restoran ini terlihat kurang bisa bersaing dengan restoran Korea lainnya yang ada di Bandung yang sudah beroperasi dalam waktu yang lebih lama. Hal ini terlihat dari *occupancy rate* restoran pada hari-hari biasa yang hanya berkisar pada angka 20 hingga 30%, dan pada akhir minggu hanya berkisar pada angka 40 hingga 50%. *Occupancy rate* ini menjadi pembanding yang sangat jelas karena berdasarkan observasi pada restoran Korea lainnya yang berlokasi dekat dengan *Gage Korean Grill and Café*, restoran tersebut memiliki *occupancy rate* sebesar

80 hingga 100% bahkan saat hari-hari biasa. Dari data tersebut, ditemukan keganjilan dan peneliti ingin meneliti lebih lanjut terkait mengapa restoran ini kalah bersaing.

Peneliti melakukan wawancara kepada 15 orang secara acak dalam rangka mencari informasi terkait pengetahuan konsumen tentang *Gage Korean Grill and Café* ini, dan didapati bahwa 80% dari responden sudah mengetahui restoran tersebut, yang membuktikan bahwa sebenarnya orang-orang sudah mengetahui tentang keberadaannya. Selain itu, dilakukan wawancara kedua terkait permasalahan utama restoran untuk dipastikan lebih lanjut.

Peneliti melakukan studi pendahuluan melalui observasi dan wawancara kepada manajemen perusahaan dan konsumen untuk mencari tahu permasalahan inti dari perusahaan. Ditemukan bahwa konsumen mengeluarkan respon negatif seperti (1) tingkat kesigapan karyawan yang kurang, (2) tidak adanya pemberitahuan tata cara makan yang tepat, (3) penampilan fasilitas pendukung yang kurang menunjukkan suasana Korea, dan (4) variasi menu makanan dan minuman yang banyak dan tidak membosankan. Dari hasil wawancara kedua ini dapat diketahui dengan pasti bahwa restoran *Gage* memiliki kesan yang tidak baik di mata konsumen.

Dari data terkait wawancara dan *occupancy rate* perusahaan yang sudah diberikan diatas, dapat ditunjukkan bahwa adanya masalah yang cukup signifikan terkait kualitas pelayanan perusahaan. Penulis mengharapkan untuk bisa meneliti lebih lanjut permasalahan ini dengan harapan setidaknya dapat memperbaiki *occupancy rate* perusahaan melalui penggunaan teori *House Of Quality* (HOQ) tersebut. Dengan dasar-dasar yang diberikan, judul yang diusulkan adalah “**Perencanaan Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan *Gage Korean Grill and Café* Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis merumuskan masalah yang akan ditelitinya sebagai berikut:

1. Apa prioritas perbaikan atau peningkatan produk dan pelayanan yang harus dilakukan oleh *Gage Korean Grill and Café*?

2. Alternatif apa saja yang dapat dilakukan *Gage Korean Grill and Café* untuk melakukan perbaikan produk dan pelayanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diajukan di dalam rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perbaikan atau peningkatan produk dan pelayanan apa yang harus dilakukan pertama oleh *Gage Korean Grill and Café*.
2. Mengetahui alternatif apa saja yang menjadi opsi *Gage Korean Grill and Café* agar perbaikan produk dan pelayanan bisa dilakukan dengan maksimal.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dijabarkan, kegunaan dari penelitian tentang *Gage Korean Grill and Café* diharapkan dapat didapatkan untuk penulis, perusahaan, dan masyarakat sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti
Menambah pengetahuan penulis di bidang Manajemen Operasi serta mengetahui kegunaan teori yang telah didapat dalam perkuliahan untuk diterapkan dalam kehidupan nyata.
2. Untuk Perusahaan
Diharapkan perusahaan dapat berkembang dan menjadi lebih baik dengan sudah diperbaikinya permasalahan yang ada. Untuk lebih spesifik, diharapkan agar perusahaan dapat terus memperbaharui proses penyampaian jasa kepada konsumen sesuai dengan standar konsumen yang berubah seiring waktu berjalan. Target minimum yang diharapkan adalah naiknya *occupancy rate* perusahaan hingga 60% pada saat *weekend*.
3. Untuk Pembaca dan Pihak-pihak Lain
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi serta saran jika ada yang ingin melakukan penelitian serupa.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Goetsch dan Davis (2006, p. 8), total kualitas adalah pendekatan yang dilakukan untuk memaksimalkan kemampuan bersaing perusahaan dengan perbaikan kualitas barang, jasa, proses, serta lingkungannya secara berkala. Total kualitas juga merupakan pengaturan seluruh organisasi untuk unggul dalam semua aspek barang dan jasa yang penting di mata konsumen (Heizer & Render, 2011, p. 226). Namun, untuk total kualitas ini bisa diterapkan dengan baik di dalam sebuah perusahaan, dibutuhkan sebuah konsep dan alat yang dapat digunakan untuk membantu proses tersebut. *Quality Function Deployment / QFD* menurut Tague (2005, p. 16) adalah sebuah proses terstruktur yang digunakan untuk perencanaan produk atau jasa baru atau memperbaharui disain yang sudah ada. Melalui konsep QFD ini, perusahaan dapat dibantu untuk dapat menentukan hal apa yang menjadi kriteria utama pelanggan merasa puas dan hal apa yang harus diperbaiki lebih lanjut agar disain baru yang sudah diperbaiki dari QFD tersebut dapat diaplikasikan.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menerjemahkan QFD menjadi proses yang jelas dan dapat dilakukan oleh perusahaan adalah *House Of Quality (HOQ)*, dimana menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons (2011, p. 123) adalah kerangka yang dapat digunakan untuk menerjemahkan kepuasan konsumen dengan jelas sehingga dapat menjadi tolak ukur untuk perbaikan kualitas yang harus dilakukan sebuah perusahaan. Dengan HOQ, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan apa saja yang sudah dilaksanakan dengan baik serta mengetahui apa saja yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut. Melalui pengetahuan akan kedua aspek tersebut perusahaan dapat mendisain ulang barang dan jasa yang sebelumnya sudah dijual dengan tingkat pemenuhan kriteria yang lebih maksimal. Hal ini diharapkan dapat terjadi untuk *Gage Korean Grill and Café* untuk membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan serta produk yang dijualnya.

Untuk sebuah perusahaan dapat menjadi stabil dalam perjalanan usahanya, maka salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012, pp. 31-32) kebutuhan merupakan kebutuhan mendasar yang seorang manusia butuhkan sedangkan keinginan adalah kebutuhan yang diarahkan

oleh manusia tersebut melalui jalan pikir mereka ke beberapa hal sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kedua aspek ini merupakan aspek yang sangat dinamis dan dapat berubah-ubah bergantung pada kondisi internal dan eksternal yang manusia tersebut alami. Maka dari itu, ketika sebuah perusahaan dapat menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan apa yang menjadi prioritas utama perusahaan untuk dipenuhi, maka perusahaan sudah bergerak pada arah yang tepat untuk memperbaiki kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Langkah untuk menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan langkah yang sangat dasar dan krusial mengingat langkah tersebut akan digunakan oleh perusahaan untuk menjadi panduan perusahaan untuk membuat strategi baru yang akan diimplementasikan. Supaya kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dapat diukur dengan tepat, maka dibutuhkan konsep kualitas jasa yang jelas. Parasuraman, Berry, dan Zeithaml (1988, p. 12) mendefinisikan SERVQUAL sebagai alat yang digunakan perusahaan untuk menilai persepsi konsumen mengenai jasa yang dijual perusahaan. Aspek-aspek yang diukur dalam metode ini dikelompokkan ke dalam 5 dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1988, p. 23).

Schroeder (2004, p. 133) mengatakan bahwa kualitas adalah kemampuan perusahaan untuk menemukan atau bahkan melampaui kriteria kebutuhan konsumen di masa sekarang dan masa yang akan datang. Definisi ini menunjukkan bahwa ketika kriteria kebutuhan konsumen tersebut ditemukan atau bahkan dilampaui, hal ini menjadi dasar bahwa kualitas yang diberikan oleh suatu perusahaan bisa dibilang baik. Ketika perusahaan tidak dapat menemukan atau melampaui kriteria kebutuhan konsumen tersebut, maka akan terjadi kesengangan antara apa yang diharapkan oleh konsumen dengan apa yang sebenarnya diterima konsumen. Kesenjangan ini disebut sebagai *service gap* (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2011, p. 117) dan terbagi ke dalam 5 jenis kesenjangan.

Dasar untuk menentukan karakteristik kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam penelitian ini akan ditentukan oleh metode SERVQUAL dengan 5 dimensinya sebagai tolak ukur serta dimensi *Product* dari *Marketing Mix* mengingat Gage Korean

Grill and Café adalah sebuah restoran dan termasuk ke dalam kategori *hybrid* dalam proses pelayanannya (Kotler & Keller, 2012, pp. 378-379). Selain itu, penelitian ini juga akan menggunakan konsep *House Of Quality* untuk mencari tahu karakteristik apa yang menjadi prioritas untuk *Gage Korean Grill and Café* perbaiki. Penyusunan *House Of Quality* akan dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah yang disusun oleh Tague (2005, pp. 306-308) dan Foster (2013, pp. 164-166).