

**PENERAPAN RUMAH KUALITAS UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
KAFE OLD BEN'S GARAGE AND COFFEE BANDUNG**



SKRIPSI

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

**Oleh
Cindy Devlina
2013120213**

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

**THE APPLICATION OF HOUSE OF QUALITY
TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION AT
OLD BEN'S GARAGE AND COFFEE CAFÉ BANDUNG**



THESIS

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

**Author
Cindy Devlina
2013120213**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM
(Accredited by the Decree of BAN-PT
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018)
BANDUNG □
2018**

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



PERSETUJUAN DRAF SKRIPSI

**PENERAPAN RUMAH KUALITAS UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA KAFE OLD BEN'S GARAGE AND COFFEE BANDUNG**

Oleh
Cindy Devlina
2013120213

Bandung, Agustus 2018

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,



Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,



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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Cindy Devlina
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 27 Desember 1994
NPM : 2013120213
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Penerapan Rumah Kualitas untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* Bandung

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Maria Merry Marianti, Dra.,

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 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: 2 Agustus 2018
Pembuat pernyataan



(Cindy Devlina)

ABSTRAK

Bisnis kafe saat ini sedang marak dan menjadi tren di kota-kota besar, termasuk di kota Bandung. Sebuah kafe sebaiknya dilengkapi dengan fasilitas yang menarik, suasana yang nyaman, dan juga hiburan yang dapat memuaskan pelanggannya. Keberhasilan suatu kafe dapat dilihat dari besarnya penjualan kafe tersebut. Besarnya penjualan kafe dipengaruhi oleh berbagai hal, antara lain harga, kualitas produk, lokasi, pelayanan, dan lain-lain. Kepuasan pelanggan merupakan kombinasi produk dan pelayanan yang memenuhi bahkan melebihi harapan mereka. Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* merupakan kafe yang menjual berbagai jenis minuman dan makanan. Permasalahan yang dialami oleh Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* adalah adanya beberapa faktor yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas, yaitu harga yang ditawarkan untuk makanan terlalu mahal, tempat parkir yang kurang luas, makanan yang dipesan cukup lama diantarkan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang bermanfaat untuk mengetahui karakteristik suatu kelompok dalam situasi tertentu, berpikir sistematis tentang banyak aspek dalam situasi tertentu, memberikan ide untuk penelitian lebih lanjut. membantu dalam mengambil keputusan. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden yang makan dan minum di Kafe *Old Ben's Garage and Coffee*.

Penelitian ini menggunakan dimensi yang ada pada bauran pemasaran jasa. Yang diteliti hanya lima dimensi yaitu produk, harga, proses, karyawan dan bukti fisik. Dimensi promosi dan tempat tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai kesenjangan rata-rata tingkat kepentingan dengan rata-rata tingkat kinerja Kafe Oldben's Garage and Coffee untuk dimensi harga (-0.67), bukti fisik (-0.60), produk (-0.21), karyawan (-0.16), dan proses (0.31).

Berdasarkan Rumah Kualitas, prioritas perbaikan pada karakteristik teknik yaitu mengembangkan keahlian juru masak (26.7%), mengembangkan keahlian barista (21.6%), membuat beberapa menu makanan musiman (10.2%) , membuat beberapa menu minuman musiman (7.7%) dan menghias kafe sesuai tema yang sedang menjadi tren (7.7%).

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Rumah Kualitas, QFD

ABSTRACT

The trend of running a cafe has been one of the latest and most popular business option in most big cities, including Bandung. Ideally, a cafe should provide facilities that fulfils the satisfactory of its customers. One of the most simple ways to determine one's succession is through its sales figure. The amount of sales itself depends on many factors, such us the price it offers, the quality of products it has, the location, services, and many more. Customer's satisfactory relies heavily on complex combination of both products and services a cafe could offer; if it exceeds the initial expectation, that satisfactory level will be reached. Old Ben's Garage and Coffee is a Bandung-based cafe that sells variety of food and beverages. There are some issues that this cafe is currently struggling with, affected by several factors that fails to meet its customers' satisfactory. Those factors are the price it offers for the food are relatively higher than expected, the limited parking space it provides, and the speed of its food service that is poorly managed.

This particular method used as a descriptive collection in order to achieve the characteristic information of certain groups depends on the certain period of time, resulting in systematical thinking in many aspects and situations, giving the ideas or visions for the further decision-making situations. In this research, data collections are being done through interviews and collecting questionnaires results from 30 correspondences that dine in the Old Ben's Garage and Coffee.

Using the dimensions of marketing mix, which focused on five dimensions as Product, Price, Process, People and Physical evident. Promotion dimension and place could not be used as evidence in the research. Based on research's result, it is calculated that the social gap between the average of importance level and Oldben's Garage and Coffee café's average performances as (-0.67) for Price, (-0.60) for Physical Evidence, (-0.21) Product, (-0.16) People and (0.31) Process.

Based on the House of Quality The priorities of improvement that highly recommended through this research are the improvement of chef's skills (26.7%), the improvement of barista's skills (21.6%), having some seasonal food menu (10.2%), having some seasonal beverages menu (7.7%), and creating a themed decoration that follows local trends (7.7%).

Keyword: Customer Satisfaction, House of Quality, QFD

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, pertolongan, kasih, dan kekuatan yang Ia berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Ungkapan rasa terima kasih yang akan penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang berharga bagi penulis:

1. Kedua orang tua dan kakak yang selalu mendoakan, menyemangati, memotivasi dan memberi dukungan moril dan materil.
2. Sahabat penulis yang selalu memberi ide, semangat, menemani dan menasihati ketika penulis mengalami kesulitan dalam penelitian ini.
3. Bapak Prof. Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNPAR
4. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan meluangkan waktu untuk penulis.
5. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi UNPAR
6. Bapa Fernando, S.E., M.Kom. selaku dosen wali yang selalu memberi masukan dan arahan setiap penulis melakukan FRS.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNPAR yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Ko Dhamma yang selalu mendoakan, memberi semangat dan sabar menemani penulis saat bimbingan skripsi.
9. Ko Andre selaku pemilik dari Kafe Old Ben's Garage and Coffee yang telah memperbolehkan penulis melakukan penelitian.
10. Teman teman OBC yang menemani penulis selama masa perkuliahan dan membuat momen yang berkesan untuk dikenang.
11. Responden-responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
12. Teman-teman Manajemen 2013 yang berjuang bersama

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberkati dan melindungi kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan doa, menyemangati dan memotivasi penulis.

Bandung, 2 Agustus 2018

Cindy Devlina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
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	6
2.1 Restoran dan Kafe	6
2.2 Manajemen Operasi.....	6
2.3 Penawaran	7
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.5 Dampak Pelanggan yang Puas	9
2.6 Bauran Pemasaran	9
2.7 Metode <i>Quality Function Deployment</i>	10
2.7.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i>	10
2.7.2 Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	11
2.8 <i>House of Quality</i>	11
2.8.1 Struktur <i>House of Quality</i>	12
2.8.2 Proses Penyusunan <i>House of Quality</i>	13
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	14
3.1 Metode Penelitian	14
3.1.1 Jenis Penelitian	14
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	15
3.1.3 Jenis Data Penelitian	15
3.1.4 Operasionalisasi Variabel	16
3.1.5 Pengukuran Variabel	17
3.1.6 Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.1.7 Teknik Pengambilan Sampel	18
3.1.8 Teknik Analisa Data	18
3.2 Objek Penelitian	18
3.2.1 Sejarah Kafe Old Ben's Garage and Coffee	19
3.2.2 Struktur Organisasi Kafe Oldben's Garage and Coffee	19
3.2.3 Proses Pelayanan Kafe Old Ben's Garage and Coffee	21
3.2.4 Fasilitas yang tersedia pada Kafe Oldben's Garage and Coffee ..	21
3.2.5 Makanan dan Minuman yang Tersedia di Kafe Old Ben's Garage and Coffee.....	21
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Menentukan Keinginan dan Kebutuhan Konsumen	25
4.2 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dibandingkan dengan Karakteristik Kinerja Kafe Oldben's Garage and Coffee	27
4.2.1 Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	27
4.2.2 Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja	

Kafe Oldben's Garage and Coffee	29
4.2.3 Kesenjangan Antara Rata-Rata Tingkat Kepentingan dengan Rata-Rata Tingkat Kinerja	31
4.2.4 Penentuan Nilai Target Perusahaan dan Rasio Peningkatan	32
4.3 Karakteristik Teknik Old Bens.....	35
4.4 Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Kafe Oldben's Garage and Coffee	36
4.5 Hubungan Antar Karakteristik Teknik Kafe Oldben's Garage and Coffee	38
4.6 Hal-Hal yang Harus Dilakukan untuk Meningkatkan Kualitan Pelayanan Kafe Oldben's Garage and Coffee	39
4.6.1 Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	39
4.6.2 Menentukan Nilai Target dan Tingkat Kesulitan Perusahaan	40
4.6.3 Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif ...	40
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Bauran Pemasaran	16
Tabel 3.2	Ukuran Tingkat Kepentingan	17
Tabel 3.3	Ukuran Tingkat Kinerja	18
Tabel 3.4	Daftar Menu di Kafe Oldben's Garage and Coffee	21
Tabel 4.1	Modus Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	25
Tabel 4.2	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	27
Tabel 4.3	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Sesuai Urutan	28
Tabel 4.4	Rata-Rata Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Per Dimensi Sesuai Urutan	29
Tabel 4.5	Rata-Rata Kinerja Kafe Oldben's Garage and Coffee Sesuai Urutan	29
Tabel 4.6	Rata-Rata Kinerja Kafe Oldben's Garage and Coffee Per Dimensi Sesuai Urutan	30
Tabel 4.7	Kesenjangan Rata-Rata Tingkat Kepentingan dengan Rata-Rata Tingkat Kinerja	31
Tabel 4.8	Rata-Rata Kesenjangan antara Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja Per Dimensi Sesuai Urutan	32
Tabel 4.9	Rasio Peningkatan	33
Tabel 4.10	Rasio Peningkatan Sesuai Urutan	34
Tabel 4.11	Karakteristik Teknik Kafe Oldben's Garage and Coffee	35
Tabel 4.12	Hubungan Antara Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Kafe Oldben's Garage and Coffee	37
Tabel 4.13	Hubungan Antara Karakteristik Teknik Kafe Oldben's Garage and Coffee	38
Tabel 4.14	Penilaian Karakteristik Teknik dan Arah Perbaikan	39
Tabel 4.15	Target Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan	40
Tabel 4.16	Tingkat Kepentingan Absolut	41
Tabel 4.17	Tingkat Kepentingan Relatif	44

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 *The House of Quality* 12
- Gambar 3.1 □ Struktur Organisasi Kafe Old Ben's Garage and Coffee
19

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Observasi
- Lampiran 2 Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Data Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen
- Lampiran 6 Data Tingkat Kinerja Kafe Old Ben's Garage and Coffee
- Lampiran 7 *House of Quality*□
- Lampiran 8 Standar Sikap Karyawan□
- Lampiran 9 Standar Penampilan Karyawan□

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan perusahaan dalam era globalisasi ini dirasakan oleh setiap perusahaan dan semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus mampu meningkatkan daya saing dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan merupakan salah satu organisasi yang menghimpun orang-orang yang biasa disebut dengan karyawan atau pegawai untuk menjalankan kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan nilai bagi perusahaan.

Bisnis kafe saat ini sedang marak dan menjadi tren di kota-kota besar, termasuk di kota Bandung. Kecenderungan yang terjadi saat ini yaitu tempat makan bukan hanya dijadikan tempat untuk makan dan minum saja, tetapi juga tempat untuk bersantai, berkumpul bersama teman atau keluarga, maupun tempat untuk berbisnis. Untuk memenuhi kecenderungan ini, sebuah kafe sebaiknya dilengkapi dengan fasilitas yang menarik, suasana yang nyaman, dan juga hiburan yang dapat memuaskan pelanggannya.

Kualitas sebuah produk tidak hanya dinilai dari sisi barangnya saja, namun juga dari segi pelayanannya. Keberhasilan suatu kafe dapat dilihat dari besarnya penjualan kafe tersebut. Besarnya penjualan kafe dipengaruhi oleh berbagai hal, antara lain harga, kualitas produk, lokasi, pelayanan, dan lain-lain. Pelanggan yang merasa puas biasanya akan memberikan informasi yang baik mengenai perusahaan kepada teman-temannya, datang kembali, dan membeli ulang. Kepuasan pelanggan merupakan kombinasi produk dan pelayanan yang memenuhi bahkan melebihi harapan mereka.

Maraknya bisnis kafe saat ini mengakibatkan konsumen meningkatkan harapan (ekspektasi) mereka. Untuk mengatasi hal ini sebuah kafe harus selalu meningkatkan kinerjanya, baik dalam hal produk maupun pelayanannya, sehingga dapat menjaga loyalitas dari para pelanggannya.

Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* merupakan kafe yang menjual berbagai jenis minuman dan makanan. Dari hasil wawancara dengan pemilik Kafe *Old Ben's Garage and Coffee*, diketahui bahwa permasalahan yang dialami oleh Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* adalah turunnya jumlah penjualan pada Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* sejak Januari 2017 sampai dengan saat ini. Dari hasil

wawancara pendahuluan dengan para konsumen Kafe *Old Ben's Garage and Coffee*, diketahui beberapa faktor yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas, yaitu harga yang ditawarkan untuk makanan terlalu mahal, tempat parkir yang kurang luas, makanan yang dipesan cukup lama dihantarkan.

Berdasarkan hal ini dapat bahwa Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* belum dapat memuaskan konsumennya. Banyak studi mengatakan bahwa kualitas dari produk dan pelayanan berpengaruh langsung terhadap keputusan membeli dan loyalitas seorang pelanggan. Upaya perbaikan produk dan sistem kualitas pelayanan, dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Menurut hasil riset dosen Wharton Business School, upaya perbaikan ini akan menjadikan konsumen makin loyal kepada perusahaan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Faktor penting yang mendukung keberhasilan suatu kafe adalah kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya agar konsumennya merasa puas. Salah satu hal penting dalam manajemen kualitas adalah memastikan bahwa produk dan pelayanan yang diterima oleh konsumen sudah sesuai dengan harapan konsumen. Agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sebaiknya perusahaan melakukan riset kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menentukan hal-hal yang harus diperbaiki mengenai produk dan pelayanan yang diberikan.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran (Kotler and Armstrong, 2016: 78). Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan dengan para konsumen mengenai aspek-aspek yang dianggap penting oleh konsumen maka akan diteliti dalam dimensi bauran pemasaran. Pengembangan kualitas produk dan layanan dapat dilakukan dengan menggunakan *House of Quality*. *House of Quality* adalah teknik grafik yang menghubungkan kebutuhan konsumen dengan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan tersebut ke dalam barang dan jasa yang di hasilkan (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 166).

Berdasarkan uraian di atas, dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* perlu melakukan perbaikan kualitas pada aspek-aspek yang dinilai oleh konsumen, serta mengetahui tindakan yang tepat dan sesuai untuk memenuhi harapan konsumen tersebut maka penelitian ini berjudul **“Penerapan House of Quality untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Kafe *Old Ben's Garage and Coffee* Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Faktor penting yang mendukung keberhasilan suatu kafe adalah kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada para konsumen agar konsumen merasa puas. Salah satu hal penting untuk memuaskan konsumen adalah memastikan bahwa produk dan pelayanan yang diterima oleh konsumen sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sebaiknya perusahaan melakukan riset kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menentukan hal-hal yang harus diperbaiki mengenai produk dan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen kafe dalam bauran pemasaran di Kafe Old Ben's Garage and Coffee?
2. Bagaimana penilaian konsumen terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee dibandingkan dengan harapannya?
3. Apa saja karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee dalam upaya melaksanakan bauran pemasaran yang efektif?
4. Bagaimana hubungan antara karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknik Kafe Old Ben's Garage and Coffee?
5. Bagaimana hubungan antar karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee?
6. Prioritas perbaikan apa saja yang sebaiknya dilakukan oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee untuk dapat melaksanakan bauran pemasaran agar dapat memenuhi harapan konsumennya?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen kafe dalam bauran pemasaran di Kafe Old Ben's Garage and Coffee.
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee dibandingkan dengan harapannya.
3. Mengetahui karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee dalam upaya melaksanakan bauran pemasaran yang efektif.

4. Mengetahui hubungan antara karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknik Kafe Old Ben's Garage and Coffee.
5. Mengetahui hubungan antar karakteristik teknik yang sebaiknya dimiliki oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee.
6. Mengetahui prioritas perbaikan apa saja yang harus dilakukan oleh Kafe Old Ben's Garage and Coffee untuk dapat melaksanakan bauran pemasaran agar dapat memenuhi harapan konsumennya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis, agar lebih memahami dan mampu menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama kuliah, khususnya tentang Manajemen Operasi, yaitu yang berkaitan dengan cara-cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Perusahaan, dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya agar dapat memenuhi kepuasan konsumennya, mengetahui penilaian pelanggan terhadap kinerja Kafe Old Ben's Garage and Coffee agar dapat memperbaiki kinerja yang kurang baik, karakteristik teknik yang diperlukan agar dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumennya.
3. Pembaca dan pihak lainnya, dapat memberikan informasi yang berguna bagi peningkatan kepuasan konsumen, sehingga dapat digunakan atau diterapkan pada objek penelitian yang serupa.

1.4 Kerangka Pemikiran

Saat ini tingkat persaingan dalam bisnis kafe di Bandung semakin tinggi, karena semakin banyak jumlah restoran, kantin, dan kafe yang berada di Bandung. Penawaran sebuah kafe termasuk ke dalam kategori *hybrid* yaitu gabungan antara barang berwujud dan pelayanan yang memiliki bobot seimbang.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan. Kepuasan dapat diukur oleh perusahaan, pelanggan dikatakan tidak puas apabila nilai barang atau jasa yang diterima oleh pelanggan itu lebih kecil, pelanggan dikatakan puas apabila nilai barang atau jasa yang diterima sesuai, dan pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai barang atau jasa yang diterima lebih besar dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting karena memiliki dampak positif bagi perusahaan bila pelanggan merasa sangat puas. Pelanggan akan menjadi lebih setia, membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang sudah ada, memberikan komentar yang

menguntungkan tentang perusahaan dan produknya, kurang memberikan perhatian kepada merek dan iklan dari perusahaan pesaing, dan kurang sensitive terhadap harga, memberikan gagasan atau ide mengenai barang atau jasa kepada perusahaan.

Dengan menggunakan bauran pemasaran sebuah kafe dapat mencapai tujuan pada pasar sasaran. *“Marketing mix is the set of marketing tools that a firm uses to pursue its marketing objectives in the target market”* (Kotler and Armstrong, 2016: 78). Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pada pasar sasarnya.

QFD adalah sebuah metode yang dapat digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan yang mampu mengintegrasikan ‘suara konsumen’ ke dalam disain produknya. Dengan menggunakan QFD kafe dapat mengetahui karakteristik kebutuhan pelanggannya dan menterjemahkannya ke dalam karakteristik yang dihasilkan oleh kafe. Alat bantu QFD adalah *House of Quality* yang menggunakan matriks untuk menghubungkan keinginan konsumen dengan karakteristik teknik yang diperlukan agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

House of Quality adalah sebuah matriks berbentuk rumah yang terdiri dari 6 bagian. *House of Quality is a graphic technique for defining the relationship between customer desires and product (or service)”* (Heizer, Render, dan Munson, 2017: 166). Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa HoQ adalah teknik grafik yang menghubungkan kebutuhan konsumen dengan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan tersebut ke dalam barang dan jasa yang di hasilkan.