

**PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY* UNTUK  
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA  
*BOARDGAME CAFÉ MONOMYTH***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:  
Martin  
2014120001**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

**APPLICATION OF *HOUSE OF QUALITY* TO  
INCREASE SERVICE QUALITY AT MONOMYTH  
BOARDGAME CAFÉ**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

by  
**Martin**  
**2014120001**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
STUDY PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by the National Accreditation Board  
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

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



**PENERAPAN *HOUSE OF QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN  
KUALITAS PELAYANAN PADA *BOARDGAME CAFÉ*  
MONOMYTH**

Oleh:  
Martin  
2014120001

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2019  
Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini

Pembimbing Skripsi,

Brigita Meylianti Sulungbudi,  
Ph.D., ASCA.

Ko-pembimbing Skripsi,

Natalia Christi, ST., MBA.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Martin  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 Maret 1996  
NPM : 2014120001  
Program studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

“Penerapan *House of Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada  
*Boardgame Café Monomyth*”

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D.,  
ASCA.

dan Natalia Christi, ST., MBA.

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 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 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 : 7 Agustus 2019

Pembuat pernyataan :



(Martin)

## ABSTRAK

Kafe merupakan salah satu tempat bisnis yang terus bertumbuh jumlahnya. Salah satu jenis kafe yang menarik perhatian adalah *boardgame café*. *Boardgame café* merupakan perpaduan antara *boardgame library* dengan *café*. Karena itu, *boardgame café* memiliki spesifikasi konsumen yang unik. Seiring dengan berkembangnya jumlah *boardgame café*, maka faktor utama yang menjadi penentu persaingan tersebut adalah pelayanan. Sebuah *boardgame café* dapat meningkatkan pelayanan mereka dengan meningkatkan kualitas. Kualitas yang meningkat akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya kepuasan konsumen, maka konsumen akan merasa ada peningkatan dari pelayanan yang diberikan. Dalam penelitian ini, Monomyth digunakan sebagai objek penelitian. Monomyth merupakan sebuah *boardgame café* yang berdiri sejak Oktober 2017.

Cara yang dapat diterapkan sebuah *boardgame café* untuk meningkatkan kualitas adalah dengan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). Alat bantu yang dapat digunakan dalam menjalankan QFD adalah *House of Quality* (HoQ). HoQ dalam penelitian ini digunakan untuk mencari karakteristik pelayanan yang dianggap penting dalam sebuah *boardgame café*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan Monomyth dibandingkan pesaing lainnya serta menentukan arah perbaikan Monomyth untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode *applied research* untuk mencari solusi untuk permasalahan mengenai kualitas pelayanan. Solusi tersebut didapat dengan membuat HoQ yang terdiri dari data-data. Teknik pengumpulan data yang digunakan bermacam-macam seperti menggunakan wawancara yang bertujuan untuk menentukan masalah yang ada pada *boardgame café* serta menentukan karakteristik teknik, hubungannya, penilaiannya dan tingkat kesulitannya. Observasi untuk menentukan karakteristik teknik yang penilaiannya. Menyebarkan kuesioner berjumlah 41 buah kepada konsumen pada pertengahan Maret 2019 yang terdiri dari kuesioner tingkat kepentingan dan kebutuhan konsumen serta kuesioner kinerja Monomyth dan pesaing. Yang terakhir adalah *focus group discussion* kepada delapan orang konsumen dan satu owner Monomyth. *Focus group discussion* membahas hubungan antara karakteristik kebutuhan konsumen dan karakteristik teknik Monomyth.

Berdasarkan hasil penelitian, dimensi *Reliability* merupakan dimensi yang paling berpengaruh dengan nilai sebesar 54,8%. Sementara itu, karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen yang paling berpengaruh adalah *Boardgame café* selalu memberikan pelayanan yang tepat (34,3%). Karakteristik teknik yang paling berpengaruh adalah Memperbaiki orientasi awal pada karyawan baru (45,036%).

Kata kunci: *Boardgame café*, *House of Quality*, Kualitas pelayanan, *Quality Function Deployment*.

## ABSTRACT

*Cafés* are business place that continues to grow in number. One type of *café* that is attracting attention is the *Boardgame Café*. *Boardgame Café* is a mix of *boardgame* and *café*. Therefore, *boardgame café* has unique consumer specifications. Along with the growing number of *boardgame cafés*, the main factor that determines the competition is service. *Boardgame Cafés* can improve their service by improving quality. Increased quality will increase customer satisfaction. With increasing customer satisfaction, consumers will feel there is an increase in the services provided. In this study, Monomyth was used as the object of research. Monomyth is a *boardgame café* which was established in October 2017.

One way that a *boardgame café* can be implemented to improve quality is to use Quality Function Deployment (QFD). Meanwhile, the tool that can be used in managing QFD is House of Quality (HoQ). HoQ in this research is used to find service characteristics that are considered important in a *boardgame café*. In addition, this study aims to determine the comparison of Monomyth service quality compared to other business rivals and determine the direction of Monomyth improvement to improve service quality. This study uses the applied research method to find solutions to problems regarding service quality. The solution is obtained by devising a HoQ consisting of data. Data collection techniques used are various such as interviews which aim to determine the problems that exist at the *boardgame café* and determine the characteristics of the technique, its relationship, its assessment and the level of difficulty. Observation is used to determine the characteristics of the technique to be assessed. Questionnaires totaling 41 pieces distributed to consumers in mid-March 2019 consisting of questionnaires of importance and consumer needs as well as performance questionnaires for Monomyth and its competitors. Finally, focus group discussion with eight consumers and the Monomyth owner was held in mid-March 2019. Focus group discussions discuss the relationship between the characteristics of consumer needs and the characteristics of the Monomyth technique.

Based on the results of the study, the Reliability dimension is the most influential one with a value of 54,8%. Meanwhile, the characteristics of the needs and desires of the most influential consumers are that the *boardgame café* always provides the right service (34,3%). The most influential technical characteristic is improving the initial orientation of new employees (45,036%)

Keywords: *Boardgame café*, *House of Quality*, *Quality Function Deployment*, *Service quality*.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas ijinNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada orang-orang yang telah membantu saya yaitu:

1. Orang tua yang telah membesarkan dan merawat saya, yaitu Papa Tedy Setiawan dan Tanty Yusniaty. Terima kasih atas cinta dan jasa mereka yang begitu besar yang tidak dapat saya balas.
2. Kedua saudara kandung saya yaitu Tony dan Jeremy yang terus mendukung perjuangan studi saya.
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA. selaku pembimbing dan Ibu Natalia Christi, ST., MBA. Selaku ko-pembinbing yang membantu dan mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen wali yang membantu saya dalam perwalian sejak masa perkuliahan saya.
5. Bapak Hans Susanto selaku pemilik Monomyth yang bersedia untuk diminta informasi.
6. Sahabat saya yang berjuang bersama dalam perjalanan studi saya selama di Unpar, yaitu Andika, Ario, David, Guido, Kurniawan, dan Nico.
7. Kelompok bermain Gaming Mansion yang telah bersedia untuk diminta informasi dan terus menemani bermain boardgame. Terima kasih untuk semangat yang terus diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan senantiasa memberkati bapak-ibu dan saudara-saudari sekalian. Semoga skripsi ini menjadi berkat bagi mereka yang membacanya.

Agustus, 2019

Martin

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi Masalah Penelitian</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	3
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	3
<b>1.5 Kerangka Pemikiran</b> .....	4
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Pelayanan dan Jasa</b> .....	6
<b>2.2 Kualitas</b> .....	8
<b>2.3 <i>Quality Function Deployment</i></b> .....	9
<b>2.4 <i>House of Quality</i></b> .....	10
<b>2.5 <i>Service Quality</i></b> .....	14
<b>2.6 <i>Analytic Hierarchy Process</i></b> .....	16
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	22
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	22
<b>3.2 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	22
<b>3.3 Operasionalisasi Variabel</b> .....	24



3.4	Pengukuran Variabel .....	27
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.6	Objek Penelitian .....	30
4.1	Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	33
4.1.1	Bobot Tingkat Kepentingan antar Dimensi SERVQUAL .....	33
4.1.2	Bobot Tingkat Kepentingan Dimensi <i>Tangibles</i> .....	35
4.1.3	Bobot Tingkat Kepentingan Dimensi <i>Reliability</i> .....	35
4.1.4	Bobot Tingkat Kepentingan Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	36
4.1.5	Bobot Tingkat Kepentingan Dimensi <i>Assurance</i> .....	36
4.1.6	Bobot Tingkat Kepentingan Dimensi <i>Emphaty</i> .....	37
4.1.7	Tingkat Kepentingan Akhir Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	37
4.2	Penilaian Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen.....	39
4.2.1	Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Monomyth .....	39
4.2.2	Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja <i>Boardgame Café</i> lainnya dan Perbandingan Terhadap Kinerja <i>Boardgame Café</i> Monomyth.....	41
4.3	Karakteristik Teknik Monomyth.....	44
4.4	Hubungan antara Karakteristik Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Monomyth .....	46
4.5	Hubungan antar Karakteristik Teknik Monomyth .....	48
4.6	Menentukan Tingkat Kepentingan Absolut dan Tingkat Kepentingan Relatif .....	49
4.7	Penilaian Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan .....	50
4.8	<i>Technical Benchmarking</i> dan <i>Bottleneck Analysis</i> .....	54
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1	Kesimpulan .....	56

<b>5.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>57</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
	<b>RIWAYAT PENULIS.....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Rating System</i> .....	17
Tabel 2.2 <i>Pair-wise comparison</i> antar atribut.....	18
Tabel 2.3 <i>Normalize Pair-wise comparison</i> antar atribut.....	19
Tabel 2.4 <i>Random Consistency Index (RI)</i> .....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	25
Tabel 4.1 <i>Pair-Wise Comparison</i> antar Dimensi SERVQUAL.....	34
Tabel 4.2 <i>Normalize Pair-Wise Comparison</i> antar Dimensi SERVQUAL.....	34
Tabel 4.3 Tingkat Kepentingan Akhir Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen .....	38
Tabel 4.4 Penilaian Konsumen Terhadap Kinerja Monomyth.....	40
Tabel 4.5 Perbandingan Kinerja <i>Boardgame Café</i> .....	42
Tabel 4.6 Karakteristik Teknik Monomyth.....	45
Tabel 4.7 Hubungan antara Karakteristik Keinginan Konsumen dengan Karakteristik Teknik Monomyth.....	47
Tabel 4.8 Hubungan antar Karakteristik Teknik Monomyth.....	49
Tabel 4.9 Tingkat Kepentingan Relatif.....	49
Tabel 4.10 Penilaian Karakteristik Teknik dan Tingkat Kesulitan .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cara Kualitas Meningkatkan Profitabilitas .....	9
Gambar 2.2 Struktur <i>House of Quality</i> .....	11
Gambar 2.3 Technical Benchmarking.....	13
Gambar 2.4 Bottleneck Analysis.....	14
Gambar 2.5 <i>Three-level Analytic Hierarchy Process</i> .....	16
Gambar 3.1 <i>Likert Scale</i> .....	28
Gambar 3.2 <i>Graphic rating scale</i> .....	28
Gambar 3.3 <i>Numerical scale</i> .....	29
Gambar 3.4 Bagan Perusahaan Boardgame <i>Café Monomyth</i> .....	31
Gambar 4.1 Matrix Perbandingan Bobot Akhir dengan Gap Performa.....	44
Gambar 4.2 <i>Technical Benchmarking</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Bottleneck Analysis</i> .....	55

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar pertanyaan wawancara .....	61
Lampiran 2 Rekap wawancara peneliti .....	62
Lampiran 3 Hasil observasi peneliti.....	66
Lampiran 4 Daftar pertanyaan kuesioner .....	69
Lampiran 5 Hasil kuesioner .....	80
Lampiran 6 Rekap data hasil kuesioner .....	90
Lampiran 7 Perhitungan Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Setiap Dimensi .....	94
Lampiran 8 Tingkat Kepentingan Absolut.....	101
Lampiran 9 House of Quality.....	103

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kafe (*Café*) merupakan salah satu tempat bisnis yang terus bertumbuh jumlahnya. Kafe yang bertumbuh juga memiliki banyak macam hingga sekarang, mulai dari *coffee shop*, *internet café*, *pet café*, *cosplay café*, dll. Berdasarkan artikel dari merdeka.com (Putra, 2016), lebih dari sepuluh ribu kafe di Indonesia yang diprediksi akan terus tumbuh. Hal ini dikarenakan kelas menengah Indonesia terus tumbuh dan Indonesia mempunyai penduduk yang sangat banyak menurut General Manager Reed Panorama Exhibitions, James Boy.

Salah satu jenis kafe yang menarik perhatian adalah *boardgame café*. *Boardgame café* merupakan salah satu jenis kafe yang menggabungkan aspek *coffee shop* dengan *boardgame library*. Menurut kamus *Cambridge* (Cambridge, n.d.), *boardgame* didefinisikan sebagai “*any of many games, for example chess, in which small pieces are moved around on a board with a pattern on it.*” *Boardgame* memiliki banyak kategorinya, mulai dari *word games*, *war games*, *role-playing games*, *adventure games*, dan lain-lain.

Berdasarkan artikel dari boardgame.id (Vagansza, 2017), pertumbuhan industri *boardgame* Indonesia kian pesat semenjak Kummara Studio bersama Harian Kompas menghadirkan workshop dan kompetisi *Board Game Challenge* tahun 2015 lalu. Peningkatan ini juga mulai diimbangi dengan berdirinya *boardgame library* di berbagai kota seperti Bandung, Yogyakarta, Solo dan Surabaya. Per 1 Januari 2019, kota Bandung memiliki empat *boardgame café*. Keempat *boardgame café* itu adalah: Monomyth, Dots, Shuffle.ID, dan Mishraworkshop (MWS).

*Boardgame café* memiliki jasa yang lebih dibandingkan dengan *boardgame library*. *Boardgame library* hanya memberikan pengalaman kepada konsumen untuk bermain *boardgame*. Sementara itu, *boardgame café* memberikan akses kepada konsumen untuk membeli makanan dan minuman untuk disantap saat bermain *boardgame* hingga konsumen dapat membeli *boardgame* yang dimainkan. Tetapi, konsumen utama sebuah *boardgame café* maupun *boardgame library* adalah para

konsumen yang ingin bermain *boardgame*. Konsumen *boardgame café* tersebut memiliki komunitasnya masing-masing untuk bermain *boardgame* yang dapat melibatkan banyak orang.

Dengan pertumbuhan industri *boardgame* dan spesifikasi konsumen seperti diatas, maka faktor utama dalam persaingan tersebut adalah pelayanan. Pelayanan menjadi hal penting yang dapat membedakan satu tempat dengan yang lain. Setiap *boardgame café* akan memberikan pelayanan terbaik mereka untuk konsumennya. Pelayanan tersebut meliputi dari awal konsumen datang, bermain di tempat tersebut, hingga saat konsumen pergi ke tempat lain.

Sebuah *boardgame café* dapat meningkatkan pelayanan mereka dengan meningkatkan kualitas. Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ada. Kualitas yang meningkat akan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya kepuasan konsumen, maka konsumen akan merasa ada peningkatan dari pelayanan yang diberikan.

Cara yang dapat diterapkan sebuah *boardgame café* untuk meningkatkan kualitas adalah dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*. QFD merupakan sebuah metode untuk menentukan kebutuhan konsumen mendesain produk atau jasa yang akan dihasilkan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan mendesain produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka sebuah *boardgame café* dapat meningkatkan pelayanan mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Monomyth sebagai objek penelitiannya. Monomyth didirikan di Istana Pasteur Regency, Jl. Sukaraja Blok CRA no. 17-18 pada Oktober 2017. Monomyth membuka operasionalnya setiap hari Selasa – Minggu pada jam sebelas pagi dan tutup pada jam sepuluh malam. Saat ini, Monomyth melayani dua puluh sampai tiga puluh konsumen setiap harinya. Berdasarkan wawancara awal dengan sepuluh konsumen, enam dari sepuluh konsumen menyatakan bahwa mereka tidak puas dengan pelayanan yang ada pada *boardgame café* Monomyth. Kebanyakan dari mereka tidak puas dengan pelayanan *boardgame café* Monomyth karena susah bermain saat datang sendirian. Selain itu, ada komplain susah untuk bermain *boardgame heavy* karena *gamemaster* malas untuk mengajarkan peraturan permainan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Penerapan *House of Quality* untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada *Boardgame Café Monomyth*”**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti mengenai beberapa poin, yaitu:

1. Apa saja karakteristik pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen ketika berkunjung ke sebuah *boardgame café*?
2. Bagaimana perbandingan kualitas pelayanan antara *boardgame café* Monomyth dengan *boardgame café* lainnya?
3. Prioritas tindakan apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada *boardgame café* Monomyth?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui karakteristik pelayanan apa saja yang dianggap penting oleh konsumen ketika berkunjung ke *boardgame café*.
2. Mengetahui perbandingan kualitas pelayanan antara *boardgame café* Monomyth dengan *boardgame café* lainnya.
3. Mengetahui prioritas tindakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada *boardgame café* Monomyth.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini dapat dibagi menjadi tiga pihak, yaitu :

1. *Boardgame café* Monomyth

Penelitian ini membantu *boardgame café* Monomyth untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan ke konsumen dengan melakukan tindakan-tindakan yang disarankan penulis pada Bab 5.

2. Penulis

Penulis berharap dengan melakukan penelitian ini dapat menambah wawasan dan penerapan metode *House of Quality* dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan sebuah *boardgame café*.



### 3. Pembaca

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai *House of Quality*, menjadi masukan, dan menjadi referensi bagi penelitian yang lebih jauh terkait dengan permasalahan yang sama.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Pelayanan merupakan hal terpenting dalam membedakan satu *boardgame café* dengan yang lain. Hal ini disebabkan jasa yang ditawarkan *boardgame café* sudah spesifik, yaitu memberikan pengalaman kepada konsumen untuk bermain *boardgame*. Karena itu, peningkatan pelayanan merupakan hal yang dapat membuat sebuah *boardgame café* unggul dari pesaingnya.

Peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas. Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ada. Peningkatan kualitas dapat meningkatkan penjualan dan pengurangan biaya (Heizer, Render, & Munson, 2017:216).

Dalam meningkatkan kualitas, sebuah *boardgame café* dapat menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). QFD merupakan sebuah metode untuk menentukan kebutuhan konsumen mendesain produk atau jasa yang akan dihasilkan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. QFD digunakan pada awal proses desain untuk membantu menemukan apa yang akan memuaskan konsumen dan dimana harus memperbaiki kualitas.

QFD dapat diterapkan menggunakan *House of Quality* (HoQ). HoQ adalah sebuah teknik yang merupakan alat bantu QFD. HoQ menyediakan kerangka untuk menerjemahkan keinginan konsumen menjadi spesifikasi yang dapat diidentifikasi dan diukur untuk desain produk dan jasa. Dalam mengidentifikasi keinginan konsumen, perusahaan dapat menggunakan *service quality* (SERVQUAL). SERVQUAL merupakan skala pengukuran untuk kualitas pelayanan yang membandingkan antara harapan konsumen dengan performa pelayanan yang ada. Aspek yang diukur dalam SERVQUAL dikelompokkan menjadi lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990).

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan lima dimensi SERVQUAL sebagai dasar dalam menentukan karakteristik kebutuhan konsumen. Lalu, peneliti menggunakan *House of Quality* untuk mengidentifikasi karakteristik kualitas pelayanan apa yang perlu ditingkatkan oleh kafe Monomyth.