

**Tugas Akhir**

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS TERHADAP  
PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN *CARTENZ BARBERSHOP*  
MENGUNAKAN METODE INTEGRASI SERVQUAL-KANO DAN  
*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT***

Diajukan untuk memenuhi satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Fakultas Teknik

Universitas Hasanuddin



Disusun Oleh:

MUH FADHIL IKRAM

D071171001

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2022**

**Tugas Akhir**

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS TERHADAP  
PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN *CARTENZ BARBERSHOP*  
MENGUNAKAN METODE INTEGRASI SERVQUAL-KANO DAN  
*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT***

Diajukan untuk memenuhi satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Fakultas Teknik

Universitas Hasanuddin



Disusun Oleh:  
MUH FADHIL IKRAM  
D071171001

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muh Fadhil Ikram

NIM : D071 17 1001

Program Studi : Teknik Industri

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Cartenz Barbershop menggunakan Metode Integrasi Servqual-Kano dan *Quality Function Deployment*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Tugas Akhir ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Tugas Akhir ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Demikian lembar pernyataan ini, saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lain sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Hasanuddin, Makassar.

Gowa, 1. Maret.....2022

Yang Membuat Pernyataan



Muh Fadhil Ikram  
D071 17 1001

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir:

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS TERHADAP PENINGKATAN  
KUALITAS LAYANAN *CARTENZ BARBERSHOP* MENGGUNAKAN  
METODE INTEGRASI SERVQUAL-KANO *DAN* *QUALITY FUNCTION*  
DEPLOYMENT**

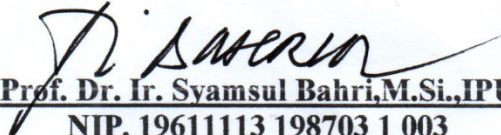
Disusun oleh:  
**MUH FADHIL IKRAM**  
**D071 17 1001**

Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

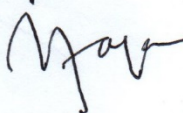
Gowa, Maret 2022

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing 1**


  
**Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU**  
**NIP. 19611113 198703 1 003**

**Dosen Pembimbing 2**

  
**Kifayah Amar, S.T., M.Sc., Ph.D**  
**NIP. 19740621 200604 2 001**

Mengetahui,  
Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Hasanuddin



  
**Dr. Saiful, S.T., M.T., IPM**  
**NIP. 19810606 200604 1 004**

## ABSTRAK

Muh Fadhil Ikram (D071171001). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas terhadap Peningkatan Kualitas Layanan Cartenz Barbershop Menggunakan Metode Integrasi Servqual-Kano dan Quality Function Deployment. Dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si.,IPU dan Kifayah Amar, S.T., M.Sc., Ph.D

Pertumbuhan UMKM di Indonesia sangat berdampak dalam mendorong ekonomi nasional pasca pandemi covid-19. *Cartenz barbershop* adalah UMKM yang bergerak dalam bidang industri *berbering* moderen. Berkembangnya taraf kehidupan masyarakat, penampilan tidak hanya dibutuhkan oleh kaum wanita tetapi juga pria. *Cartenz barbershop* berupaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan agar dapat menjadi UMKM yang unggul dibidangnya, masalah yang muncul pada perusahaan yaitu menurunnya rata-rata jumlah pengunjung dalam kurun waktu 11 bulan dan beberapa keluhan langsung yang disampaikan oleh pengunjung terkait pelayanan *barber*. Penelitian ini melakukan integrasi metode servqual-kano untuk mengevaluasi kebutuhan pelanggan dari 18 atribut layanan *barbershop* berdasarkan dimensi kualitas pelayanan. Dari 18 atribut didapatkan hasil akhir atribut layanan yang memerlukan perbaikan menjadi 10 atribut. Selanjutnya hasil evaluasi tersebut dilanjutkan dengan perancangan solusi untuk menjawab atribut yang memerlukan perbaikan menggunakan *Quality Funtion Deployment* (QFD). Didapatkan sebanyak 8 kegiatan *technical response* yang perlu dilakukan untuk menjawab 10 *customer requirement*. *Technical response* kemudian diurutkan berdasarkan bobot korelasi terhadap *customer requirement* dari yang terbesar sampai yang terkecil dengan nilai berturut-turut: yaitu kegiatan “Memberikan pelatihan teknik komunikasi *customer service excellence* untuk setiap karyawan” (34.4%), “Evaluasi kinerja karyawan” (13.3%), ”Penataan area parkir ”(13.1%),“*Redesign* tampilan menu *treatment*” (10.6%),“Penataan ruangan yang baik dan tepat” (10%), “Pemberian batasan pakaian untuk karyawan (5.8%), “Pelatihan *haircut* rutin untuk setiap *capster*” (7.7%), “Penambahan jumlah karyawan untuk posisi *office boy*”(5.1%). Hasil dari bobot korelasi kemudian akan direalisasikan dalam bentuk *action plan* untuk perusahaan.

**Kata kunci:** *Quality Funtion Deployment*, SERVQUAL, KANO, *Barbershop*, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Muh Fadhil Ikram (D071171001). Analysis of The Influence of Quality Dimensions To Improving The Quality of Cartenz Barbershop Services Using Servqual-Kano Integration and Quality Function Deployment Methods. Supervised by Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU and Kifayah Amar, S.T., M.Sc., Ph.d*

*The growth of MSMEs in Indonesia has had a major impact on boosting the national economy after the COVID-19 pandemic. Cartenz barbershop is an MSME engaged in the modern barbering industry. With the development of people's living standards, appearance is not only needed by women but also men. Cartenz barbershop strives to meet customer satisfaction so that it can become an MSME that excels in its field, the problems that arise in the company are the decrease in the average number of visitors within 11 months and several direct complaints submitted by visitors regarding barber services. This study integrates the servqual-kano method to evaluate customer needs from 18 barbershop service attributes based on service quality dimensions. From 18 attributes, the final result of service attributes that require improvement is 10 attributes. Furthermore, the results of the evaluation are continued with the design of solutions to answer the attributes that require improvement using Quality Function Deployment (QFD). There were 8 technical response activities that needed to be done to answer 10 customer requirements. Technical responses are then sorted based on the weight of the correlation to customer requirements from the largest to the smallest with successive values: namely the activity "Providing customer service excellence communication technique training for every employee" (34.4%), "Evaluating employee performance" (13.3%) , "Arrangement of the parking area" (13.1%), "Redesign of the treatment menu display" (10.6%), "Good and proper arrangement of the room" (10%), "Provision of clothing restrictions for employees (5.8%), "Regular haircut training for each capster" (7.7%), "Additional number of employees for the office boy position" (5.1%). The results of the correlation weights will then be realized in the form of an action plan for the company.*

**Keywords:** *Quality Function Deployment, SERVQUAL, KANO, Barbershop, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk, dan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya, terkhusus kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan *Cartenz Barbershop* Menggunakan Metode Integrasi *Servqual-Kano* dan *Quality Function Deployment*”**, yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Shalawat salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah membimbing dan membawa kita menuju ke zaman yang dipenuhi dengan ilmu pengetahuan.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak hambatan dan rintangan yang Penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat dilalui berkat pertolongan Allah SWT. dan doa dari kedua orangtua, serta bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua yang senantiasa memberikan doa yang tiada hentinya, serta dukungan baik moril maupun materil kepada Penulis. baik moril maupun materil, serta doa yang tiada henti-hentinya kepada Penulis.
2. Prof. Dr. Ir. Syamsul Bahri, M.Si., IPU selaku dosen pembimbing 1 yang bersedia memberikan waktu uang dan memberikan arahan selama penelitian Tugas Akhir

3. Kifayah Amar, S.T., M.Sc.,Ph.d selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan waktu luang dan memberikan masukan selama penelitian Tugas Akhir
4. Dr. Saiful, S.T, M.T. selaku Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.
6. *Founder* dan seluruh pegawai Cartenz Barbershop yang telah memberikan izin dan membantu kelancaran penelitian.
7. Teman-teman Kaizen (TI 2017) yang telah memberikan dukungan dan tempat berdiskusi selama masa kuliah dan juga dalam proses penyelesaian Tugas Akhir
8. Teman – teman Alumni Elite(dot)com yang selalu menemani bermain DoTA2 dan Valorant untuk beristirahat dan menghibur diri dalam penatnya pengerjaan Tugas Akhir
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki Penulis. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan saran serta masukan dari berbagai pihak. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

**Gowa, 2022**

**Penulis**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	1
DAFTAR GAMBAR.....	4
DAFTAR TABEL .....	5
DAFTAR RUMUS .....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang .....	6
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Kualitas .....	12
2.2 Dimensi Kualtias Jasa .....	13
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	13
2.4 Teknik Pengambilan sampel .....	14
2.5 Metode <i>Service Quality</i> .....	15
2.6 Metode Kano .....	15

2.7	<i>House of Quality (HOQ)</i> .....	17
2.8	<i>Quality Function Development (QFD)</i> .....	18
2.9	Integrasi Servqual-Kano-QFD .....	20
2.10	Uji Validitas .....	22
2.11	Uji Reliabilitas .....	22
2.12	Penelitian Terdahulu .....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		25
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2	Subjek Penelitian.....	25
3.3	Sumber Data.....	25
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5	Prosedur Penelitian .....	26
3.6	Alur Penelitian .....	27
3.7	Kerangka Pemikiran.....	28
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		29
4.1	Penyusunan atribut kebutuhan <i>customer</i> .....	29
4.2	Identifikasi Pelanggan.....	30
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
4.3.1	Uji Validitas .....	32
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	33
4.4	Analisis Gap.....	33
4.5	Integrasi Kano Model dan <i>Servqual</i> .....	35
4.6	Pembuatan House of Quality .....	39
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		45
5.1	Analisis Nilai Kegiatan Perbaikan .....	45

5.2	Usulan <i>Action Plan</i> Perusahaan .....	47
BAB VI KESIMPULAN .....		48
6.1	Kesimpulan .....	48
6.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		1
Lampiran 1 Kusioner kualitas pelayanan <i>Cartenz Barbershop</i> .....		6
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....		11
Lampiran 3 Data hasil kusioner harapan & realita.....		13
Lampiran 4 Hasil <i>analisis gap</i> .....		14
Lampiran 5 Metode kano .....		15
Lampiran 6 hasil metode kano .....		27
Lampiran 7 Surat persetujuan penelitian ke perusahaan.....		28

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan pelanggan.....	8
Gambar 2.2 Matriks Rumah Kualitas .....	17
Gambar 2.3 Kerangka Integrasi Servqual dan Kano kedalam QFD.....	21
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	27
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Demografi berdasarkan pekerjaan .....	30
Gambar 4.2 Demografis berdasarkan umur .....	31
Gambar 4.4 Demografi berdasarkan frekuensi kedatangan.....	31
Gambar 4.5 Tabel Kano.....	35
Gambar 4.6 Korelasi Technical Response .....	40
Gambar 4.7 Korelasi <i>Technical Response</i> dengan <i>Customer Requirement</i> .....	42
Gambar 4.8 Nilai weight importance dan relative weight .....	44
Gambar 5.1 Diagram Pareto technical response .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Customer berjalan Cartenz Barbershop tiap bulan .....	7
Tabel 2.1 Keterangan House of Quality .....	18
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu .....	23
Tabel 4.1 Atribut kebutuhan pelanggan.....	29
Tabel 4.2 Hasil uji validitas realita pelanggan.....	32
Tabel 4.3 Hasil uji validitas harapan pelanggan.....	32
Tabel 4.4 Nilai Cronbach's Alpha.....	33
Tabel 4.5 Usulan kegiatan Technical Response .....	39
Tabel 5.1 Usulan Action Plan Perusahaan.....	47

## DAFTAR RUMUS

Rumus Slovin (2.1).....	14
Rumus <i>Servqual</i> (2.2) .....	15
Rumus Uji Validitas (2.3).....	22
Rumus <i>Adjust Importance</i> (4.1).....	37
Rumus <i>Weight Importance of Row</i> (4.2) .....	43

## **BAB I** **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pasca pandemi Covid-19, kondisi perekonomian di Indonesia semakin membaik, salah satu upaya stimulus ekonomi nasional pemerintah di masa pandemi Covid19 adalah dengan mendorong sektor UMKM yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional karena banyaknya pekerja yang terlibat langsung. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 6,19 juta, yang didominasi oleh sektor usaha mikro dan kecil (UMK) yang mencakup 6,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. Kelompok ini juga merasakan dampak negatif dari pandemi Covid19 (Bahtiar, 2021).

*Cartenz Barbershop* adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang industri *barbering modern*. Seiring dengan perkembangan zaman dan taraf hidup masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan akan penampilan pun semakin meningkat, tidak hanya di kalangan wanita tetapi juga pria. Salah satu aspek terpenting dari penampilan pria adalah gaya rambut. Dahulu laki-laki biasa memotong rambut dengan pergi ke tempat cukur Madura atau potong rambut di jalan, namun sekarang tempat cukur sudah menjadi lebih modern seperti *barbershop*.

*Cartenz Barbershop* merupakan *barbershop* yang berada di Makassar yang telah berdiri sejak tahun 2016, dalam aktivitasnya *Cartenz Barbershop* berusaha untuk melakukan pelayanan jasa potong rambut sebaik mungkin dengan menawarkan *service* yang eksklusif kepada customernya, *Cartenz Barbershop* bertempat di Jl. Macan No.30, Mamajang Dalam, Kec. Mamajang,

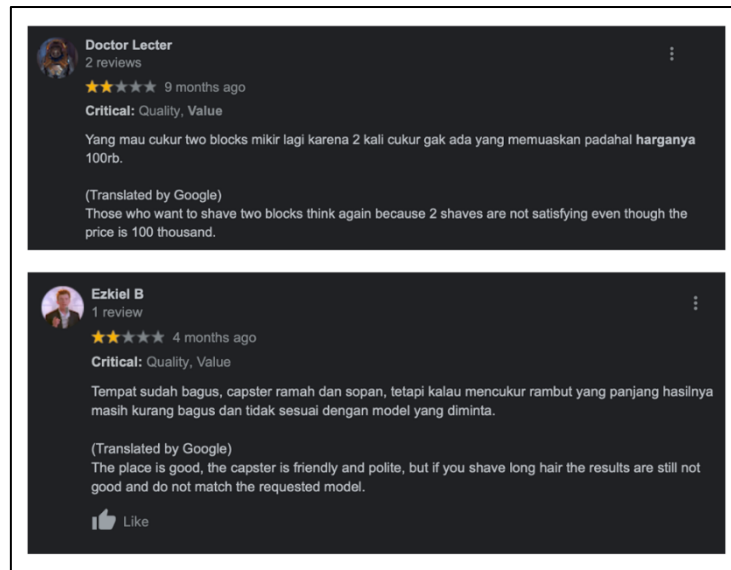
Kota Makassar dengan memiliki seat cukur berjumlah 10. Adapun *service* andalan dari *Cartenz Barbershop* yaitu *10 in 1 Treatment*. *Cartenz Barbershop* juga terdampak oleh pandemi Covid-19 yang terjadi di pertengahan tahun 2020, Namun *Cartenz Barbershop* berusaha untuk bangkit dari dampak pandemi dengan mengupayakan peningkatan kualitas jasa yang lebih baik.

**Tabel 1.1 Customer berjalan *Cartenz Barbershop* tiap bulan**

<b>Tahun</b>	<b>Bulan</b>	<b>Customer Bulanan</b>	<b>Fluktuasi</b>
2020	September	429	
2020	Oktober	508	16%
2020	November	489	-4%
2020	Desember	399	-23%
2021	Januari	333	-20%
2021	Februari	286	-16%
2021	Maret	370	23%
2021	April	310	-19%
2021	Mei	447	31%
2021	Juni	352	-27%
2021	Juli	321	-10%

Sumber : *Cartenz Barbershop*

Pada Tabel 1.1 Menunjukkan Jumlah *Customer* berjalan tiap bulan, dari bulan September tahun 2020 hingga Juli 2021, *Cartenz Barbershop* mengalami tujuh kali penurunan jumlah *customer* yaitu pada bulan November, Desember, Januari, Februari, April, Juni dan Juli. Adapun beberapa keluhan langsung yang diberikan *customer* mengenai pelayanan yang mereka dapatkan.



**Gambar 1.1 Keluhan pelanggan**

Metode SERVQUAL adalah metode yang mengukur kualitas layanan dengan atribut yang berdasarkan dimensi kualitas dan *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan alat untuk mendengarkan harapan dan keinginan konsumen. Tujuannya adalah untuk menjamin bahwa jasa yang dihasilkan mampu mencapai ekspektasi yang diharapkan konsumen. Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas, maka penulis mengajukan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Peningkatan Kualitas Layanan *Cartenz Barbershop* Menggunakan Metode Integrasi Servqual-Kano dan Quality Function Deployment”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka tujuan yang ingin dicapai penulis yaitu:

1. Bagaimana mengetahui tingkat kepuasan dan harapan *customer* dengan pendekatan Metode *Servqual*.



2. Bagaimana mengetahui atribut layanan yang memerlukan perbaikan oleh *Cartenz Barbershop* agar dapat memenuhi harapan *customer*
3. Bagaimana penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) dalam usaha meningkatkan kualitas layanan dari *Cartenz Barbershop*

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah :

1. Mengidentifikasi nilai tingkat kepuasan dan harapan *customer* terhadap layanan jasa *Cartenz Barbershop*.
2. Menentukan atribut layanan yang perlu ditingkatkan dalam upaya meningkatkan kualitas jasa
3. Menentukan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak *Cartenz Barbershop* berdasarkan metode *Quality Function Deployment*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis, Penelitian ini sebagai implementasi keilmuan yang penulis dapat dari perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan, Hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.
3. Bagi Peneliti, Melalui penelitian ini peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di bangku perkuliahan.

## **1.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan pelanggan *Cartenz Barbershop* yang berusia 15 tahun keatas dan berjenis kelamin pria.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan laporan dibutuhkan sistematika penulisan yang benar agar pihak yang membacanya dapat memahami isi dari laporan ini. Adapun sistematika penyusunan laporan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Membahas mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Membahas landasan teori yang mendukung dalam penguraian permasalahan.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Membahas tentang objek dan tempat penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, diagram alir penelitian dan kerangka berpikir

### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Membahas tentang gambaran perusahaan secara umum, menjabarkan mengenai pengumpulan dan pengolahan data.

### **Bab V Analisis dan Pembahasan**

Bab ini berisikan mengenai analisis dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian.

## **Bab VI Kesimpulan**

Bab ini berisi tentang jawaban singkat dan hasil pengolahan data mengenai penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan dan saran yang dibuat untuk perusahaan .

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kualitas**

Kualitas Menurut Kotler yang dikutip oleh (Sophia, 2013) Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, orang, proses dan lingkungan yang telah memenuhi harapan. Kualitas barang yang dihasilkan ditentukan oleh kegiatan yang dilakukan dari awal proses produksi hingga produk jadi untuk mendapatkan kualitas produk atau jasa yang baik, (Tanjong, 2013). Bahkan, praktik manufaktur terbaik perusahaan masih ditemukan pada produk yang rusak atau menyimpang dari standar yang ditetapkan perusahaan. Kualitas dapat diartikan sebagai tingkat atau ukuran kesesuaian suatu produk dengan pemakainya, dalam arti sempit kualitas diartikan sebagai tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan (Alisjahbana, 2005). Jadi kualitas yang baik akan dihasilkan dari proses yang baik dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pasar.

Kualitas kemudian dapat disimpulkan bahwa mutu atau kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari satu produk atau jasa yang mampu memuaskan dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah diinginkan.

## 2.2 Dimensi Kualtias Jasa

Menurut para ahli, ada 5 aspek kualitas pelayanan:

1. *Reliability*, berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan
2. *Responsiveness*, kemampuan memberikan pelayanan secara reaktif
3. *Assurance*, berkenaan dengan aspek kemampuan, sifat pegawai yang sopan dan dapat diandalkan, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.  
*Emphaty*, berkaitan dengan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami Customer Requirment.
4. *Tangibles*, berkaitan dengan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (Parasuraman,1985).

## 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat dipenuhi, yang mengarah pada pembelian ulang atau loyalitas yang berkelanjutan (Band,1991). Faktor terpenting dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah kinerja agen, yang seringkali ditentukan oleh kualitas agen (Mowen, 1995). Kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan yang diharapkan (Kotler,1997). Jadi harapan pelanggan adalah alasan mengapa dua organisasi dari jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggan. Dalam konteks kepuasan pelanggan, harapan biasanya merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan mereka terima. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman belanja masa lalu, umpan balik dari teman dan kenalan, dan

janji perusahaan. Harapan pelanggan ini berubah dari waktu ke waktu dengan pengalaman pelanggan yang terus meningkat. Menurut Tjiptono (2004) ada 6 aspek penting yang perlu dipelajari dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*)
2. Mengkonfirmasi harapan
3. Ukuran kepuasan pelanggan
4. Berniat untuk membeli kembali
5. Siap untuk merekomendasi
6. Sikap tidak puas pelanggan

#### **2.4 Teknik Pengambilan sampel**

Terdapat beberapa metode dalam menentukan sampel dari sebuah populasi, salah satunya adalah Rumus Slovin. Dalam rumus Slovin, yang bertujuan untuk menentukan jumlah sampel minimum ketika perilaku suatu populasi tidak diketahui, rumus ini dinyatakan sebagai:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad (2.1)$$

Keterangan:

n = jumlah minimal sampel

e = batas kelonggaran ketelitian

N = jumlah populasi

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011), pengambilan sampel secara insidental adalah pengidentifikasian sampel berdasarkan kebetulan,

yaitu siapa saja secara kebetulan/tidak sengaja pertemuan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang terlibat merupakan sumber data yang sesuai.

## 2.5 Metode *Service Quality*

Servqual adalah salah satu alat penelitian untuk mengukur kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Model ini dikenal juga dengan istilah *gap*.

Metode pengukuran Servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas (*Reliability, Responsiveness, Assurance, empati dan Tangibles* (Parasuraman,1985).

Skor dari servqual dapat dihitung dari setiap responden dengan menggunakan rumus berikut:

$$Servqual = \text{Skor Harapan} - \text{Skor Realita} \quad (2.2)$$

## 2.6 Metode Kano

Dikutip dari (Amran, 2012) Metode Kano adalah metode yang dikembangkan oleh Noriaki Kano Kano pada tahun 1984. Metode Kano adalah metode untuk mengklasifikasikan suatu jasa atau produk menurut kemampuan produk/jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dari segi fungsional dan disfungsional. Atribut layanan dapat dibedakan dalam beberapa kategori yaitu :

1. *Must-be* atau *basic needs*

Pelanggan tidak puas jika kinerja atribut yang bersangkutan buruk. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan naik di atas netral bahkan jika kinerja atribut-atribut ini tinggi, dengan nilai +1 .

2. *One dimensional* atau *performance needs*

Tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linier dengan kinerja atribut, sehingga kinerja atribut yang tinggi juga akan menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dengan nilai +2.

3. *Attractive* atau *Excitement needs* atau *delighters*

Tingkat kepuasan pelanggan akan naik sangat tinggi seiring dengan peningkatan kinerja atribut. Namun, pengurangan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan kepuasan, dengan nilai +4.

4. *Reverse*

Jika tingkat kepuasan pelanggan itu berbanding terbalik dengan hasil kinerja atribut,

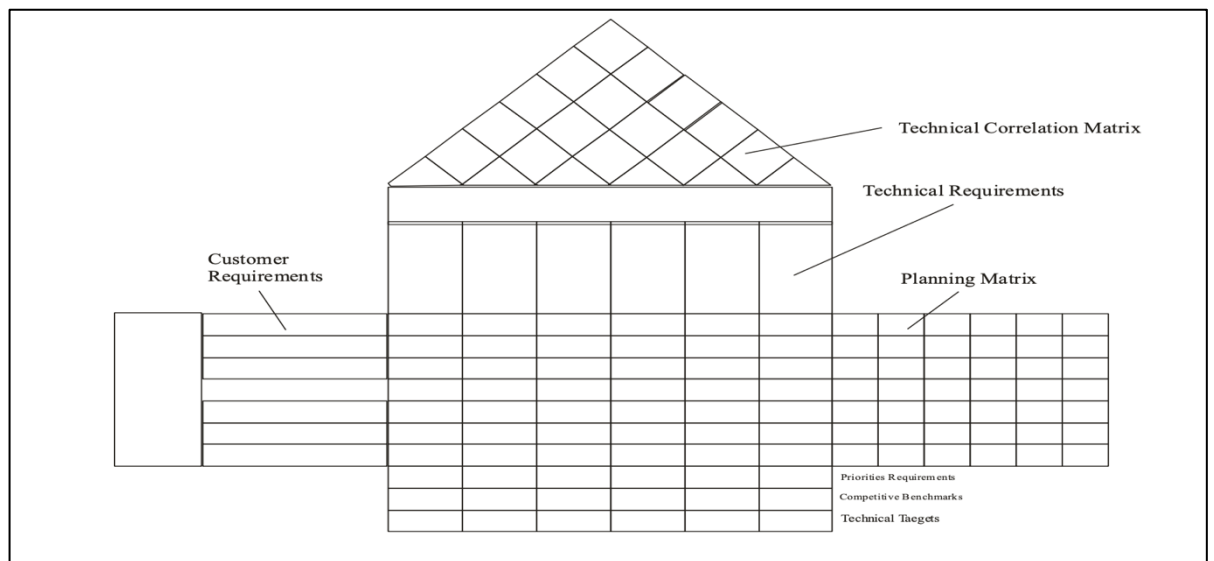
5. *Questionable Result*

Jika tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat ditentukan (ada inkonsistensi dalam umpan balik pelanggan) atau Tidak masalah jika tingkat kepuasan pelanggan tidak terpengaruh oleh hasil kinerja atribut.



## 2.7 House of Quality (HOQ)

Menurut (Rosnani G, 2016) A House of Quality atau disebut juga dengan Rumah kualitas merupakan langkah awal dalam menerapkan metodologi *Quality Functional Development (QFD)*. Umumnya, matriks ini merupakan Upaya untuk menerjemahkan suara pelanggan secara langsung ke dalam persyaratan teknis atau spesifikasi produk atau layanan yang diproduksi. Dalam QFD, matriks dikembangkan untuk mendefinisikan hubungan antara harapan pelanggan dan spesifikasi produk atau layanan.



**Gambar 2.1 Matriks Rumah Kualitas**

Tabel 2.1 Menampilkan isi dari bagian matriks HOQ. Tahap-tahap pembuatan *House of Quality* menurut Cohen (1995) adalah :

**Tabel 2.1 Keterangan House of Quality**

No	Bagian Matrix HoQ	Keterangan
1	Customer Requirement	Atribut kebutuhan konsumen
2	Technical Requirements	Karakteristik produk yang relevan dan dapat diukur
3	Planning Matrix	Gambaran persepsi pelanggan berdasar survei pelanggan, meliputi tingkat kepentingan konsumen, performansi perusahaan dan kompetitor, serta tingkat kepuasan yang diharapkan ( <i>goal</i> ), <i>improvement ratio</i> , <i>sales point</i> , <i>raw weight</i> , dan <i>normalized raw weight</i>
4	In terrelationship Matrix	Gambaran hubungan antara Customer Requirement dan kebutuhan teknik
5	Technical Correlation / Roof Matrix	Identifikasi apakah kebutuhan teknik saling mendukung atau merintang satu sama lain
6	Technical Priorities, benchmarks and target	Catatan prioritas dari masing-masing kebutuhan teknik dan target yang ditetapkan

## 2.8 *Quality Function Development (QFD)*

Sejarah perkembangan pendekatan Quality Function Deployment (QFD) dimulai 30 tahun yang lalu di Jepang dengan dibangunnya keinginan untuk sistem kualitas yang berpusat pada produk dan layanan yang dapat memuaskan konsumen, mendengarkan suara pelanggan untuk pengembangan proses ini. dan produk. Ini pertama kali dikembangkan pada tahun 1972 oleh galangan kapal Mitsubishi di Kobe, Jepang. QFD dapat disimpulkan sebagai matriks yang menghubungkan apa (*what*) yang dibutuhkan pelanggan dengan bagaimana (*how*) suatu produk dirancang dan direkayasa sesuai keinginan pelanggan (Lou C, 1995).

Menurut (Rosnani G, 2016) *Quality Function Deployment (QFD)* adalah alat berorientasi pasar yang digunakan untuk menerjemahkan keinginan

konsumen ke dalam spesifikasi untuk menghasilkan produk yang memenuhi keinginan dan harapan konsumen dengan biaya serendah mungkin. Tujuan utama QFD adalah untuk melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin, di mana kebutuhan dan keinginan mereka digunakan sebagai titik awal dari proses QFD. Oleh karena itu, QFD juga sering disebut sebagai *voice of customer*.

#### 2.8.1 Tahap – Tahap dalam Quality Function Deployment (QFD) dalam bidang Produk dan Jasa

Menggunakan QFD dalam proses desain produk membantu perusahaan mendapatkan keunggulan kompetitif, dan atribut kualitas dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, QFD juga mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memastikan bahwa informasi tersebut diterapkan pada semua tahapan pengembangan produk, mulai dari konsep hingga desain, hingga perencanaan, komponen, perencanaan proses produksi, hingga pemasaran produk (Rosnani, 2016).

Dalam penerapan metode QFD dalam produk ada empat tahapan yang harus dilalui yaitu sebagai berikut :

1. Tahap perencanaan produk (*product planning*), yaitu menterjemahkan apa saja Customer Requirement kedalam kebutuhan-kebutuhan teknis (*technical requirement*).
2. Tahap perencanaan komponen (*part deployment*), yaitu menterjemahkan kebutuhan-kebutuhan teknis kedalam karakteristik komponen.

3. Tahap perencanaan (*process planning*), yaitu mengidentifikasi langkah-langkah proses dan parameter-parameter serta menterjemahkannya kedalam karakteristik proses.
4. Tahap perencanaan dan pengendalian produksi (*production planning*), yaitu menetapkan atau menentukan metode-metode pengendalian untuk mengendalikan karakteristik proses.

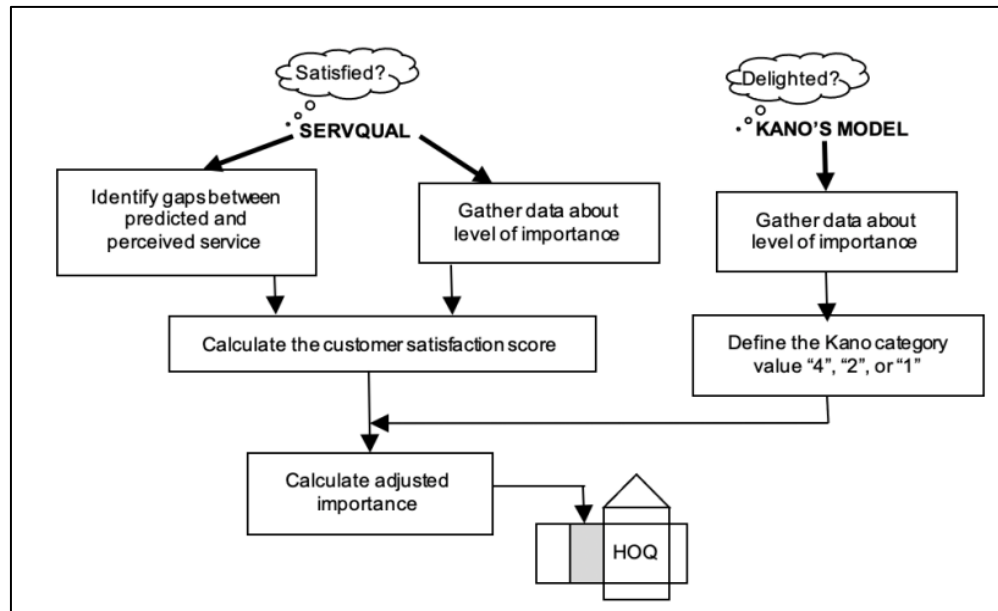
Namun penerapan QFD dalam jasa sedikit berbeda, hanya meliputi tiga tahapan yaitu :

1. *Service planning*, dalam bidang jasa *service planning* adalah tahapan yang sama dengan *product planning* dalam bidang produk. Dimana hal yang pertama didefinisikan dalam tahapan ini adalah *Customer Requirement*, kemudian akan di hubungkan dengan *service element*.
2. *Element Planning*, menghubungkan *service element* yang telah didefinisikan pada fase pertama dengan *key process operation*
3. *Operation Planning*, sama dengan fase *production planning* (fase terakhir dalam QFD produk) dan menghubungkan antara *key process operation* yang telah di definisikan pada tahap sebelumnya.

## **2.9 Integrasi Servqual-Kano-QFD**

Model Servqual mengumpulkan data tentang peringkat pelanggan untuk layanan yang diberikan, harapan pelanggan untuk layanan tersebut, dan pentingnya atribut layanan yang berpengaruh. Kano digunakan untuk membantu Servqual di memprioritaskan perbaikan yang harus dilakukan dari kelemahan organisasi berdasarkan kategori dengan dampak terbesar pada

kepuasan pelanggan (Pawitra, 2001). Metode ini telah banyak digunakan pada berbagai layanan seperti asuransi, perbankan, pendidikan, dan penerbangan. Hasil integrasi Servqual-Kano akan diintegrasikan menggunakan metode QFD ke dalam matriks HOQ. QFD memungkinkan organisasi untuk mendorong inovasi dengan memprioritaskan apa yang diinginkan pelanggan, menemukan jawaban kreatif atas keinginan, dan menyempurnakan proses untuk efisiensi maksimum. Model Servqual Kano dalam matriks HOQ adalah untuk membantu menanggapi secara mendalam dan akurat untuk menyuarakan konsumen (Pawitra, 2001). Pendekatan metode ini akan membantu organisasi dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan dan memberikan petunjuk untuk upaya perbaikan.



**Gambar 2.3 Kerangka Integrasi Servqual dan Kano kedalam QFD**

## 2.10 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan tingkat ketepatan antara data aktual yang terjadi pada subjek dengan data yang dikumpulkan peneliti untuk mengetahui validitas suatu item, kita mengkorelasikan skor numerik item tersebut dengan jumlah faktor-faktornya. Uji validitas adalah korelasi bivariat Pearson dan korelasi Item Total. Korelasi bivariat Pearson merupakan salah satu rumus yang dapat digunakan untuk mengecek keabsahan data dengan program SPSS (Zahreza, 2014), yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}} \quad (0.3)$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Responden

$X$  = Skor Variabel (jawaban responden)

$Y$  = Skor Total dari Variabel (jawaban responden)

## 2.11 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil meskipun dua atau lebih pengukuran dilakukan pada situasi yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Siregar, 2017). Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan jika respon responden dalam bentuk skala, seperti 1 sampai 5, yang menginterpretasikan peringkat sikap. Kriteria yang

digunakan untuk menentukan alat penelitian dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6 (Siregar, 2017)

## 2.12 Penelitian Terdahulu

Penelitian serupa telah dilakukan untuk mengetahui indikator apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbagai industri, beberapa penelitian terdahulu memiliki objek penelitian yang sejenis dan beberapa yang lain memiliki metode penelitian yang serupa, sehingga dapat menjadi bahan acuan dalam penulisan penelitian ini agar dapat relevan seiring berkembangnya zaman. Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu.

**Tabel 2.2 Penelitian terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil	Perbandingan
1	Lumbardo	Aplikasi Penerapan <i>Quality Funtion Deployment (Qfd)</i> Pada Perusahaan Penyedia Jasa <i>Wireless Internet</i> dalam Rangka Perbaikan Kualitas Internal Perusahaan	Menggunakan metode <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	Hasil penelitian menyarankan bahwa ada hubungan beberapa <i>cutomer requirement</i> dengan <i>technical response</i> . Untuk <i>improve</i> hal yang perlu ditingkatkan adalah kualitas sinyal, dan transparannya informasi terkait hal yang berhubungan dengan customer	Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu QFD namun, tanpa pendekatan <i>servqual / analisis GAP dan KANO</i> .
2	Nagara (2020)	Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Barbershop dengan Metode <i>Service Quality (Servqual)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	SERVQUAL dan <i>Importance Performance Analysis</i>	Nilai dari perhitungan SERVQUAL seluruh atribut masih berada dalam gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan XYZ Barbershop belum memenuhi harapan konsumen	Hasil penelitian hanya mengetahui tingkat gap pada tiap atribut tanpa adanya perencanaan perbaikan.

3	Sabila (2018)	Evaluasi Kualitas Layanan dengan Pendekatan SERVQUAL dan Importance Performance Analysis pada Flaurent Salon Yogyakarta	SERVQUAL dan Importance Performance Analysis	mengevaluasi pelayanan terhadap kinerja perusahaan Dengan menggunakan analisis GAP menggunakan metode service quality	Hanya mengevaluasi atribut layanan tanpa melakukan tindakan lanjutan dalam perbaikan atribut layanan.
4	Arifin (2020)	<i>The Importance of Service Quality in Building Customer Satisfaction and Loyalty in the Service Industry: A Case Study of Hunky Dory Barbershop</i>	Menggunakan metode Structural Equation Modeling- Partial Least Square (SEM-PLS)	Hasil dari penelitian menunjukkan seluruh variable mempengaruhi kenyamanan dan loyalitas customer kecuali variable harga, dan terdapat pengaruh signifikan terhadap variable service quality terhadap loyalitas customer	Menggunakan metode SEM- PLS,