

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas layanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam sektor jasa kuliner. Rumah Makan Bebek Gazebo, sebagai salah satu usaha yang menawarkan menu khusus bebek, menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas. Dengan banyaknya pilihan tempat makan yang tersedia, konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih tempat yang tidak hanya menawarkan makanan yang enak, tetapi juga layanan yang berkualitas (Annisa, 2022).

Upaya dalam memenuhi kepuasan pelanggan menjadi hal yang esensial bagi restoran untuk tetap kompetitif. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif ini, restoran perlu memberikan nilai tambah dalam layanan mereka. Kepuasan pelanggan tidak hanya menghasilkan loyalitas, tetapi juga memberikan dampak positif berupa rekomendasi dari mulut ke mulut, yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan keuntungan bisnis (Hilmi, 2023).

Dunia bisnis kuliner yang terus berkembang, perubahan preferensi konsumen merupakan tantangan sekaligus peluang. Konsumen modern semakin terdidik tentang beragam pilihan yang tersedia, sehingga menciptakan ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas produk dan layanan (Pierson and Allen, 2019). Dalam hal ini, Rumah Makan Bebek Gazebo harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Selain itu, keberadaan platform digital dan media sosial telah membuat ulasan pelanggan menjadi faktor penentu dalam membangun citra dan reputasi restoran. Oleh karena itu, memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam menjadi langkah awal yang sangat penting untuk memenangkan persaingan.

Aspek layanan menjadi perhatian khusus karena kualitas layanan berperan sebagai pembeda yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Rumah Makan Bebek Gazebo memiliki keunikan tersendiri dengan konsep gazebo yang menawarkan pengalaman makan berbeda dari restoran biasa. Namun, keunikan tersebut perlu diimbangi dengan layanan yang profesional, cepat tanggap, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa dimensi layanan seperti daya tanggap dan empati menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Pratama, 2021). Hal ini menggarisbawahi pentingnya pelatihan karyawan dalam memberikan pelayanan prima.

Hal ini sangat relevan bagi Rumah Makan Bebek Gazebo, yang sejak berdirinya pada tahun 2017 telah berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan dengan menawarkan hidangan berbasis bebek di lingkungan makan yang khas, yakni gazebo. Sebagai bisnis yang mengandalkan pengalaman pelanggan, kualitas layanan menjadi pilar utama untuk mencapai kesuksesan. Dalam industri makanan, kepuasan pelanggan sering kali bergantung pada kesan

mereka terhadap pelayanan yang diterima. Untuk memastikan kualitas layanan sesuai dengan harapan pelanggan, metode SERVQUAL dapat digunakan sebagai alat evaluasi yang efektif. Metode ini mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, keamanan, empati, dan bukti fisik (Firatmadi, 2017).

Penerapan metode SERVQUAL menjadi sangat relevan dalam konteks evaluasi layanan di Rumah Makan Bebek Gazebo. *SERVQUAL dimensions not only help identify gaps between expectations and reality, but also provide quantitative data on which to base decisions* (Daniel and Berinyuy, 2010). Misalnya, analisis terhadap dimensi keandalan dapat mengungkap seberapa konsisten restoran dalam menyediakan makanan yang berkualitas, sedangkan dimensi bukti fisik mencakup evaluasi terhadap kebersihan, desain interior, dan kenyamanan gazebo. Dengan informasi ini, manajemen dapat membuat prioritas perbaikan yang strategis.

Pendekatan lain seperti *Quality Function Deployment (QFD)* juga memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi strategi layanan yang dapat diimplementasikan. Dengan QFD, manajemen dapat mengidentifikasi langkah-langkah teknis yang diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan secara efektif. Pendekatan ini relevan untuk Rumah Makan Bebek Gazebo dalam menyusun strategi peningkatan pelayanan yang tepat sasaran, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik (Alysia dan Apriandi, 2024).

Penerapan QFD juga memberikan nilai tambah dalam proses perbaikan kualitas layanan. QFD memungkinkan manajemen untuk memahami hubungan antara kebutuhan pelanggan dan proses operasional restoran secara lebih detail. *By using the House of Quality (HOQ) matrix, customer needs can be translated into specific technical actions that can be implemented by operational teams* (Sahay, 2023). Sebagai contoh, jika pelanggan menginginkan proses pemesanan yang lebih cepat, maka manajemen dapat mengembangkan sistem pemesanan digital atau meningkatkan efisiensi proses dapur. Dengan demikian, penerapan QFD memberikan pendekatan yang lebih terstruktur dalam perbaikan layanan.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak positif bagi Rumah Makan Bebek Gazebo, tetapi juga menjadi kontribusi akademik yang dapat diadopsi oleh pelaku bisnis kuliner lainnya. Dalam era digital saat ini, kualitas layanan tidak hanya menjadi alat untuk mempertahankan pelanggan, tetapi juga menjadi strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan menggunakan pendekatan berbasis data melalui SERVQUAL dan QFD, restoran dapat membangun sistem pelayanan yang responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup:

- Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan layanan Bebek Gazebo serta kesenjangan yang muncul berdasarkan analisis SERVQUAL?
- Atribut kualitas apa yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki, dan bagaimana QFD menerjemahkannya menjadi langkah teknis perbaikan?
- Apakah kombinasi metode SERVQUAL dan QFD efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan Bebek Gazebo?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan layanan Bebek Gazebo serta kesenjangan yang terjadi berdasarkan metode SERVQUAL.
- Menentukan prioritas perbaikan kualitas dan menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam langkah teknis melalui metode QFD.
- Menilai efektivitas penggunaan metode SERVQUAL dan QFD dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan Bebek Gazebo.

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Menambah pengetahuan mengenai penerapan SERVQUAL dan QFD dalam peningkatan kualitas produk dan layanan.
- Memberikan informasi kepada Bebek Gazebo tentang aspek yang belum memenuhi harapan konsumen.
- Memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.
- Mendukung pengambilan keputusan manajemen dalam menyusun strategi peningkatan kualitas yang lebih efektif.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu

Penelitian Mengenai “Peningkatan Kualitas Layanan dan Kualitas Produk pada Usaha Jasa Rumah Makan Bebek Gazebo Menggunakan Metode Servqual dan *Quality Function Deployment* (QFD)” yang dilaksanakan pada bulan Januari sampai Februari 2025 yang bertempat di Rumah Makan Bebek Gazebo Makassar.

2.2 Metode penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Metode SERVQUAL

Penerapan Metode SERVQUAL sebagai pendekatan utama dalam mengevaluasi kualitas layanan. Metode ini banyak digunakan dalam industri restoran untuk menilai kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi utama. Arifin dan Fadilah (2021) menunjukkan bahwa SERVQUAL efektif dalam mengidentifikasi dimensi layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1985), SERVQUAL terdiri dari lima dimensi pengukuran, yaitu:

1. Tangible, yaitu bukti fisik yang mencakup penampilan karyawan, kelengkapan fasilitas, dan penggunaan peralatan yang memadai. Kualitas sarana dan prasarana serta lingkungan restoran menjadi indikator nyata dari pelayanan yang diberikan.
2. Reliability, yaitu kemampuan restoran memberikan pelayanan secara tepat, konsisten, dan akurat sesuai harapan pelanggan, termasuk ketepatan waktu dan minimnya kesalahan dalam pelayanan.
3. Responsiveness, yaitu kesediaan dan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tanggap, dan proaktif kepada pelanggan.
4. Assurance, yaitu sikap dan kompetensi karyawan yang mampu menumbuhkan rasa percaya dan aman pada pelanggan, mencakup keramahan, pengetahuan, dan keterampilan dalam melayani.
5. Empathy, yaitu perhatian yang diberikan kepada pelanggan melalui pemahaman kebutuhan individual serta kemampuan memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan pihak restoran.

- Kualitas Produk

Menurut Jasfar (2005) Dimensi kualitas produk terdiri dari :

1. Performance (kinerja), yaitu karakteristik operasi dasar dari suatu produk dan sejauh mana produk tersebut menjalankan fungsinya.
2. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu tingkat kesesuaian produk terhadap standar atau spesifikasi yang ditetapkan,

termasuk minimnya cacat pada produk.

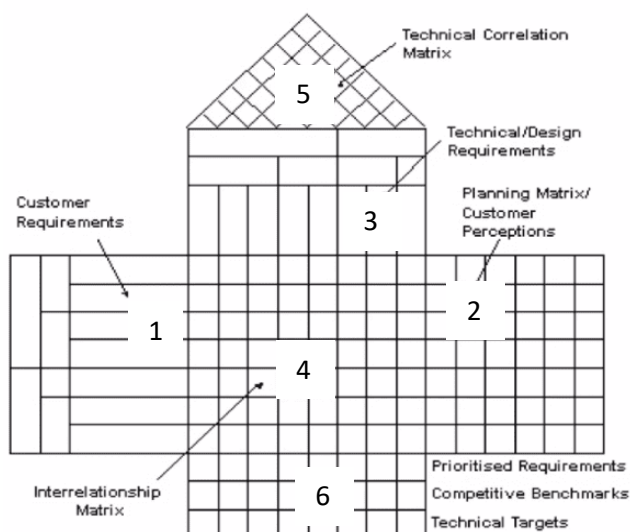
3. Features (fitur), yaitu karakteristik tambahan yang dirancang untuk meningkatkan fungsi produk atau menarik minat konsumen.
4. Reliability (reliabilitas), yaitu probabilitas bahwa produk dapat berfungsi dengan baik dalam jangka waktu tertentu tanpa mengalami kegagalan.
5. Aesthetics (estetika), yaitu aspek penampilan produk, termasuk bentuk, warna, atau tampilan keseluruhan yang memengaruhi persepsi konsumen.

- *Metode Quality Function Deployment (QFD)*

Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode yang digunakan untuk mengonversi kebutuhan pelanggan ke dalam desain produk atau layanan yang memenuhi standar kualitas dan persyaratan teknis tertentu (Akao, 1988). QFD bertujuan untuk menangkap dan memahami aspirasi pelanggan, kemudian menerjemahkannya ke dalam kebutuhan konkret yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas (Nurcahyawening, 2015).

Dalam konteks peningkatan layanan restoran, QFD membantu mengidentifikasi kebutuhan spesifik pelanggan dan menerjemahkannya menjadi langkah teknis yang dapat diprioritaskan. Metode ini memungkinkan manajemen fokus pada aspek yang paling penting bagi pelanggan sehingga proses layanan dapat ditingkatkan secara efektif. Salah satu alat utama dalam penerapan QFD adalah House of Quality (HoQ), yaitu matriks yang menggambarkan hubungan antara kebutuhan pelanggan dan karakteristik teknis yang diperlukan untuk memenuhinya (Nurcahyawening, 2015).

- *House Of Quality (Rumah Kualitas)*



Gambar 1. *House Of Quality*

Pada tahap Quality Function Deployment (QFD), House of Quality (HoQ) digunakan sebagai alat utama dalam menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam karakteristik teknis. Matriks HoQ terdiri dari beberapa elemen penting, yaitu:

1. Bagian yang memuat informasi mengenai kebutuhan atau keinginan pelanggan (voice of customer).
2. Bagian yang berisi tingkat kepentingan setiap kebutuhan pelanggan, tingkat kepuasan terhadap layanan atau produk yang diterima, serta target pencapaian untuk pengembangan kualitas.
3. Bagian yang memuat persyaratan teknis yang disusun berdasarkan kebutuhan pelanggan pada bagian pertama.
4. Bagian yang menunjukkan kekuatan hubungan antara persyaratan teknis pada bagian ketiga dan kebutuhan pelanggan pada bagian pertama, sebagai dasar evaluasi manajerial.
5. Bagian yang menggambarkan hubungan antar berbagai kebutuhan teknis dalam bagian ketiga, biasanya ditampilkan melalui simbol atau indikator hubungan.
6. Bagian yang menyajikan prioritas kebutuhan teknis, sehingga memudahkan penentuan aspek yang harus diprioritaskan dalam peningkatan kualitas.

2.3 Pelaksanaan penelitian

Pelaksanaan penelitian melalui beberapa tahap sebagai berikut :

2.3.1 Mengidentifikasi Masalah

Penelitian lapangan dilakukan melalui observasi langsung serta pengumpulan data umum mengenai Restoran Bebek Gazebo. Selain itu, wawancara dengan pihak manajemen restoran dilakukan untuk memperjelas perumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, metode Quality Function Deployment (QFD) ditetapkan sebagai pendekatan utama dalam proses analisis dan pengembangan kualitas.

2.3.2 Studi Pustaka dan Studi Lapangan

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh referensi yang relevan dengan permasalahan penelitian serta proses pengolahan data. Sumber literatur yang digunakan mencakup buku, jurnal akademik, publikasi daring, dan sumber lain yang mendukung, yang kemudian disesuaikan dan dimanfaatkan sebagai landasan dalam penyusunan serta penyelesaian penelitian ini.

2.3.3 Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara dan diskusi dengan manajemen Restoran Bebek Gazebo, serta melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan restoran sebagai responden penelitian.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti arsip, dokumen, serta berbagai literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal, dan sumber informasi daring yang mendukung kajian penelitian.
3. Data kuantitatif, yaitu data berupa angka atau informasi yang dapat diukur dan dihitung, diperoleh dari hasil pengumpulan data di lapangan, seperti data penjualan dan jumlah konsumen.
4. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk uraian, kata-kata, atau pernyataan yang diberikan oleh konsumen dan pihak terkait yang menjadi objek penelitian.

Pembuatan kuisisioner dan penyebaran kuisisioner:

Kuisisioner disusun dan akan disebarakan kepada sampel dari populasi penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Berhubung populasi tidak terbatas maka dibuat kerangka sampling dari jumlah orang yang membeli dari informasi karyawan. Dalam survey awal yang dilakukan peneliti di Bebek Gazebo, bahwa tingkat jumlah pembeli yang melakukan pembelian di restoran diketahui kurang lebih sebanyak 100 orang/hari dan selama satu bulan sebanyak 3000 orang.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data atau informasi. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel di mana ciri-ciri atau sifat-sifatnya telah diketahui. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa karakteristik responden yang dijadikan sampel, yaitu pengunjung restoran bebek gazebo yang pernah menjadi konsumen restoran bebek goyang sulawesi.

Dari jumlah populasi tersebut diatas, dapat ditentukan ukuran sampel yang digunakan sebagai sumber data dengan menggunakan rumus Slovin menurut Muchlis (2015) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir,

e = 0,1

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Kelonggaran ketelitian yang dapat diambil dari rumus slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Berikut ini pengaplikasian formula slovin dengan jumlah populasi 3000 orang dan toleransi 10%.

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

$$n = \frac{3000}{1+3000 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{3000}{1+3000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3000}{1+3000 (0,01)}$$

$$n = \frac{3000}{3001 (0,01)}$$

$$n = \frac{3000}{30,01}$$

$$n = 99,96$$

$n = 99,96$ atau sama dengan 100 sampel

Jumlah sampel yang diambil dari rumus Slovin yaitu minimal 100 sampel.

Tabel 1. Bobot Jawaban Responden

Bobot	Jawaban	
	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Penting	Tidak Puas
3	Netral	Netral
4	penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

Sumber : Simamora (2002).

Skala Penilaian

Tingkat Kepentingan:

- 1 - Sangat Tidak Penting:
Atribut ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2 - Tidak Penting:
Atribut ini memiliki pengaruh rendah terhadap kepuasan pelanggan.
- 3 - Netral:
Atribut ini cukup penting tetapi tidak menjadi prioritas utama.
- 4 - Penting:
Atribut ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5 - Sangat Penting:
Atribut ini adalah prioritas utama dan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tingkat Kepuasan:

- 1 - Sangat Tidak Puas:
Pelanggan sangat kecewa dengan atribut tersebut.

- 2 - Tidak Puas:
Atribut tidak memenuhi harapan pelanggan.
- 3 - Netral:
Pelanggan merasa biasa saja terhadap atribut tersebut.
- 4 - Puas:
Pelanggan merasa puas dengan atribut tersebut.
- 5 - Sangat Puas:
Atribut sepenuhnya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Tabel 2. Dimensi Produk dan dimensi Layanan untuk Pertanyaan Kuisisioner

DIMENSI PRODUK	
<i>Performance</i>	- Menu makanan didesain secara menarik dan menggugah selera
<i>Featurs</i>	- Menu memiliki variasi makanan dan minuman yang beragam
<i>Conformance to Specification</i>	- Rasa makanan dan minuman enak serta sesuai ekspektasi
<i>Estetika</i>	- Penyajian hidangan terlihat menarik secara visual
<i>Reability</i>	- Aroma menu bebek harum dan menggugah selera
	- Tekstur daging bebek terasa empuk dan mudah dikunyah
DIMENSI LAYANAN / DIMENSI SERVQUAL	
<i>Reability</i>	- Hidangan disajikan tepat waktu
	- Karyawan mampu menjawab pertanyaan terkait restoran dengan baik
	- Tulisan pada struk pembelian terlihat jelas dan mudah dibaca
	- Air mengalir lancar di toilet dan wastafel
<i>Responsiveness</i>	- Karyawan sigap dalam mengemas makanan yang tidak habis dikonsumsi
	- Karyawan menangani komplain pelanggan secara cepat dan tepat
<i>Assurance</i>	- Makanan yang disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan
	- Isi struk pembelian sesuai dengan transaksi yang dilakukan
	- Transaksi pembayaran berlangsung aman dan terpercaya
	- Jumlah uang kembalian selalu sesuai dengan yang seharusnya
<i>Emphaty</i>	- Gazebo/tempat duduk terasa kokoh dan aman digunakan
	- Karyawan tetap memberikan perhatian kepada pelanggan meskipun restoran dalam kondisi penuh
	- Karyawan sigap menyediakan layanan tambahan seperti asbak rokok, tisu, sendok, atau saat terjadi tumpahan
<i>Tangible</i>	- Tata ruang restoran tertata rapi dan menarik seperti gazebo
	- Gazebo memiliki desain yang unik dan nyaman
	- Ruang restoran bersih dan terawat
	- Tersedia pendingin ruangan (AC) yang berfungsi dengan baik
	- Penampilan karyawan terlihat rapi dan profesional
	- Toilet dan wastafel bersih serta berfungsi dengan baik
	- Musholla bersih dan tertata rapi

2.3.4 Pengolahan Data

Pengolahan data terdiri dari beberapa tahap sebagai berikut :

a) Uji homogenitas, Uji validitas dan Uji reabilitas data

1. Uji homogenitas

Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa dataset yang digunakan dalam analisis benar-benar berasal dari populasi dengan variasi yang tidak berbeda secara signifikan. Dalam penelitian ini, uji homogenitas dilakukan dengan menilai data kinerja dan kepuasan pelanggan dari berbagai kelompok usia. Pengujian dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji Levene untuk menentukan homogenitas data, dengan kriteria bahwa data dinyatakan homogen apabila nilai signifikansi uji Levene lebih besar dari 0,05.

2. Uji validitas

Uji ini digunakan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur (Puspasari dan Puspita, 2022). Suatu survei dinyatakan efektif apabila setiap pertanyaan yang disusun mampu merepresentasikan dan mengungkap variabel yang menjadi fokus pengukuran (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

n = Jumlah anggota sampel

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Uji korelasi *Product Moment* dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dan melibatkan 100 responden sebagai sampel. Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi *Product Moment* yang diperoleh lebih besar daripada nilai kritis pada tabel r (Muchlis, 2015).

3. Uji reabilitas

Uji reliabilitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai konsistensi atau keandalan suatu instrumen penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur (kuesioner) mampu memberikan hasil yang stabil apabila digunakan secara berulang dalam kondisi yang sama (Krisnawati et al., 2024). Dengan demikian, reliabilitas mencerminkan tingkat konsistensi suatu instrumen dalam mengukur variabel yang ditetapkan. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan formula sebagai berikut:

$$a = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[\frac{S^2 - \sum_{i=2}^n Si^2}{S^2} \right]$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas instrumen *Alpha Croanbach*

n = Jumlah butir pernyataan

S^2 = Varian skor secara keseluruhan

Jumlah varian dicari terlebih dahulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir dengan persamaan sebagai berikut:

$$S = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad \dots(\text{Juliani dan Erita, 2023})$$

Keterangan:

S = varian,

X = nilai skor yang dipilih,

n = jumlah sampel

Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7, alat pengukur tersebut dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya (Sekaran, 2006), adapun tahap selanjutnya yaitu :

b) Penyusunan *House of Quality* (HoQ)

Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membangun rumah kualitas adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan Pelanggan/Persyaratan Pelanggan (*What's*)

Kolom utama dalam *House of Quality* (HoQ) adalah kebutuhan atau persyaratan pelanggan/*customer requirements* (CR). Kolom *What's* mencakup atribut-atribut persyaratan yang menjadi prioritas bagi pelanggan.

2. Respon Teknis (*How's*)

Tahap respon teknis (TR) mencakup pengembangan solusi teknis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tercantum dalam kolom *What's*, dengan mempertimbangkan kapasitas restoran.

3. Matriks Hubungan (*Relationship Matrix*)

Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi tingkat hubungan antara kolom *What's* dan *How's*. Setiap atribut dalam kolom *What's* akan dianalisis untuk melihat keterkaitannya dengan elemen-elemen di kolom *How's*, guna menentukan apakah terdapat hubungan antara kebutuhan pelanggan dan langkah-langkah pemenuhan, serta seberapa kuat hubungan tersebut. Simbol dan nilai tertentu akan digunakan untuk

menggambarkan hubungan ini.

4. Korelasi Teknis (*Technical Correlation*)

Ini bertujuan untuk menentukan apakah hubungan teknis saling mendukung, seperti ketika peningkatan kualitas satu layanan dapat berdampak negatif pada kualitas layanan lainnya. Simbol spesifik akan menunjukkan hubungan tersebut.

5. Matriks Perencanaan (*Planning Matrix*)

Data yang mencakup *Importance to Customer*, *Customer Satisfaction Performance*, *Competitive Satisfaction Performance*, *Goal*, *Improvement Ratio*, *Sales Point*, *Raw Weight*, dan *Normalized Raw Weight*.

Pada bagian ini, akan dipaparkan hasil survei terkait tingkat kepentingan setiap atribut yang diinginkan oleh pelanggan, di antaranya:

- Kinerja Kepuasan Pelanggan/*Customer Satisfaction Performance*

Merupakan persepsi pelanggan tentang sejauh mana suatu produk atau layanan mampu memenuhi kebutuhannya (Putri dan Supriyono, 2022). Tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Stisfaction*) dapat dihitung dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Customer Stisfaction} = \frac{\sum \text{Nilai Kinerja pada Atribut X}}{\text{Total Jumlah Responden}}$$

- Kinerja Kepuasan Kompetitif Restorant/*Competitive Satisfaction Performance*

Tahap ini melibatkan evaluasi kinerja pesaing berdasarkan persepsi pelanggan, Dengan memanfaatkan skala yang telah ditentukan sebelumnya (Febriana, 2025). Kinerja Kepuasan Kompetitif (*Competitive Satisfaction Performance*) dapat dihitung dengan menggunakan formula berikut ini:

$$\text{Competitive Performance} = \frac{\sum \text{Nilai Kinerja Pesaing pada Atribut X}}{\text{Total Jumlah Responden}}$$

- Sasaran/*Goal*

Goal adalah sasaran utama oleh restoran, ditunjukkan dalam skala angka (Kertika dkk., 2023). Penentuan *goal* ini mempertimbangkan kinerja restoran serta pesaing, dan disesuaikan dengan kapasitas restoran melalui diskusi dan brainstorming bersama tim dari restoran Bebek Gazebo.

- Rasio Peningkatan/*Improvement Ratio*

Improvement Ratio menggambarkan tingkat kesulitan dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan pelanggan (Arvianti, 2016). *Improvement Ratio* dapat analisis menggunakan formula berikut:

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{\text{Goal}}{\text{Customer Statisfaction Performance}}$$

- Kebutuhan Pelanggan/*Raw Weight*

Raw weight mencerminkan kebutuhan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan bagi pelanggan (*importance to customer*) dan rasio perbaikan (*improvement ratio*) (Prasetyo dkk., 2022). Berikut adalah nilai *raw weight* untuk

setiap kebutuhan pelanggan:

$$\text{Raw weight} = \text{importance to customer} \times \text{improvement ratio}$$

- **Normalized Raw Weight**

Kolom *normalized raw weight* memuat nilai *raw weight* yang telah disesuaikan ke dalam skala 0 hingga 1 atau dinyatakan dalam bentuk persentase (Hairiyahd kk., 2021). Sebelum menghitung *normalized raw weight*, terlebih dahulu jumlahkan seluruh *raw weight* untuk mendapatkan total *raw weight*.

$$\text{Total Raw Weight} = \sum \text{Raw Weight}$$

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Total Raw Weight}}$$

6. Matriks Teknis/*Technical Matrix* bebek gazebo

Matriks teknis Bebek Gazebo akan menggambarkan prioritas yang diperoleh dari nilai kontribusi respons teknis dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan (Zahra dkk., 2021). Semakin besar nilai kontribusinya, semakin tinggi prioritasnya. Nilai kontribusi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Contribution} = \sum (\text{Normalized Raw Weight} \times \text{Nilai Numerik Relationship})$$

Nilai pada kolom *Normalized Contribution* menggambarkan persentase kontribusi dari respons teknis yang diperoleh sebelumnya, dan nilainya dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Normalized Contribution} = \frac{\text{Contribution}}{\text{Total Contribution}}$$

Nilai ini merupakan nilai yang menunjukkan prioritas program perbaikan kualitas di restoran Bebek Gazebo.

7. Nilai Target/*Target Value*

Penetapan target value untuk setiap program perbaikan kualitas akan dilakukan secara bersama-sama dengan tim pengembang melalui sesi brainstorming, dengan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia serta menganalisis saran perbaikan yang diberikan oleh pelanggan untuk masing-masing atribut kualitas dalam kuesioner (Putri dkk., 2021).

2.3.5 Analisa Hasil

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya akan dianalisis. Analisis ini akan menghasilkan sejumlah prioritas respons teknis berdasarkan kontribusinya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, yang nantinya akan digunakan untuk melakukan perbaikan di restoran Bebek Gazebo.

2.4 Parameter Pengamatan

Parameter pengamatan yang dapat digunakan dalam penelitian antara lain:

- **Dimensi Layanan (Servqual)**

Dimensi layanan mencakup beberapa aspek penting, yaitu Keandalan (Reliability) yang mencakup kemampuan untuk memberikan layanan sesuai janji dengan tepat dan akurat, sementara Daya Tanggap (Responsiveness) menunjukkan kesiapan dan kemampuan staf untuk membantu pelanggan dengan cepat. Jaminan (Assurance) berhubungan dengan pengetahuan dan sikap staf yang membangun rasa kepercayaan, diikuti oleh Empati (Empathy), yang berarti perhatian pribadi terhadap pelanggan. Terakhir, Bentuk Fisik (Tangibles) fokus pada kualitas fasilitas, peralatan, dan penampilan staf (Parasuraman dkk, 1985).

- **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan mencakup beberapa aspek penting, yaitu waktu tunggu, yang mengacu pada rata-rata waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menerima layanan; ketepatan pesanan, yang menunjukkan persentase pesanan yang disajikan sesuai dengan permintaan; serta kebersihan, yang meliputi penilaian terhadap kebersihan tempat dan peralatan makan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yulianti dan Wahdah (2018) berpendapat bahwa tingkat kepuasan pelanggan di restoran sangat dipengaruhi oleh tiga komponen tersebut.

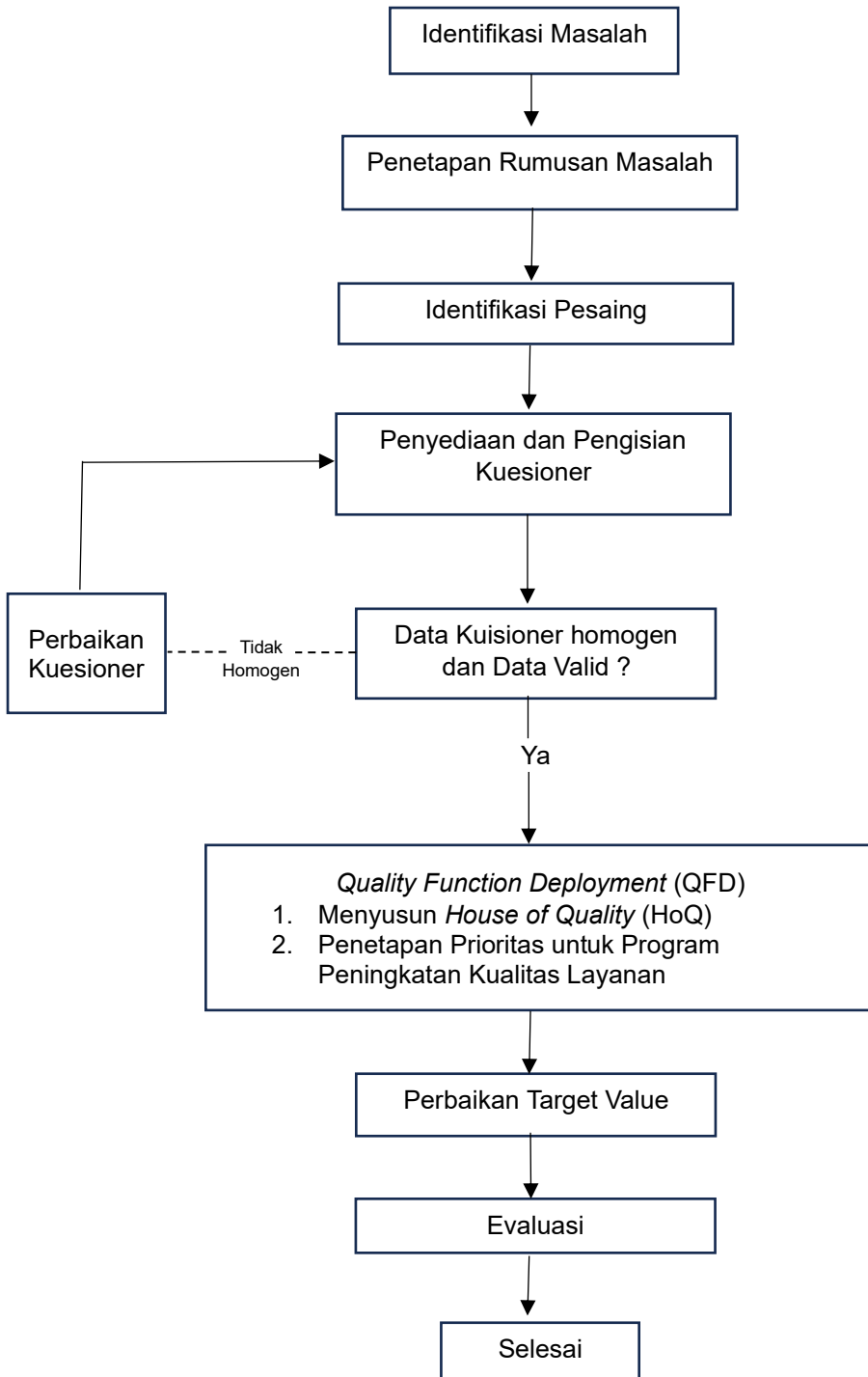
- **Metode Quality Function Deployment (QFD)**

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) berfokus pada tiga elemen utama: pertama, prioritas kebutuhan pelanggan, yang mengidentifikasi kebutuhan yang paling penting bagi pelanggan; kedua, rencana tindakan, yang mencakup daftar langkah-langkah yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut; dan ketiga, korelasi antara kebutuhan dan fitur layanan, yang menjelaskan hubungan antara apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana layanan dapat dipenuhi. Ketiga aspek ini bekerja bersama untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan (Yusuf, 2017).

- **Kinerja Staf**

Kinerja staf mencakup dua aspek utama: pelatihan dan keterampilan, yang menilai sejauh mana staf telah menerima pelatihan serta kemampuan mereka dalam memberikan layanan, dan sikap serta perilaku, yang melibatkan pengamatan terhadap interaksi staf dengan pelanggan. Kedua aspek ini berperan penting dalam menentukan kualitas layanan yang diterima pelanggan dan memengaruhi tingkat kepuasan mereka secara keseluruhan (Setiawan dkk., 2024).

Diagram Alir



Gambar 2. Diagram Alir Penelitian

2.5 Konsep Operasional

Konsep Operasional adalah konsep yang bersifat abstrak yang memberikan gambaran bagaimana variabel atau konstruk tersebut diukur. Konsep operasional yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu :

1. **Quality Function Deployment (QFD)** adalah sebuah metode yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan atau keinginan pelanggan (customer requirements) ke dalam spesifikasi teknis produk atau layanan yang dapat diimplementasikan oleh suatu organisasi. Metode ini dirancang untuk memastikan bahwa suara pelanggan menjadi bagian integral dalam proses perancangan dan pengembangan produk atau layanan.
2. **House of Quality (HOQ)** adalah matriks utama dalam metode Quality Function Deployment (QFD) yang digunakan untuk menghubungkan kebutuhan pelanggan (customer requirements) dengan spesifikasi teknis atau karakteristik produk atau layanan yang harus dipenuhi. HOQ membantu tim dalam memvisualisasikan hubungan antara apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana organisasi dapat memenuhinya secara teknis.
3. **Metode SERVQUAL** adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan. SERVQUAL dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dan telah menjadi salah satu metode yang paling populer untuk menilai kualitas layanan dalam berbagai industri, termasuk perhotelan, perbankan, kesehatan, dan kuliner.
4. **Daging Itik** adalah jenis daging lembut dan berlemak yang berasal dari itik, sering diolah dalam berbagai hidangan dengan rasa khas.
5. **Produk Itik di Bebek Gazebo** adalah produk olahan itik yang di jual di rumah makan Bebek Gazebo yaitu bebek palekko, bebek goreng original, bebek goreng balado, bebek goreng kremes.
6. **Kualitas pelayanan** adalah berbagai usaha yang dilakukan oleh rumah makan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para pelanggan. Kualitas produk diukur dengan parameter *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible*.
7. **Performance (Kinerja) Produk Itik** adalah ciri-ciri pengoperasian pokok dari suatu produk inti (*core product*) seperti variasi menu makanan yang ditawarkan oleh Bebek Gazebo dengan beberapa kategori kategori (bebek palekko, bebek goreng original, bebek goreng balado, bebek goreng kremes dan lainnya). *Performance* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
8. **Features (Fitur) Produk Itik** adalah ciri khusus atau keistimewaan tambahan makanan yang dihidangkan seperti ketersediaan lalapan dan sambal. *Feature* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
9. **Reliability (Kehandalan) Produk Itik** adalah aroma, tekstur, warna dan rasa dari makanan. *Reliability* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
10. **Conformance to Specification (Kesesuaian dengan Spesifikasi) Produk Itik** adalah kesesuaian harga dengan porsi makanan, kesesuaian daftar menu

dengan produk makanan yang disediakan. *Conformance To Specification* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.

11. ***Esthetic (Estetika) Produk Itik*** adalah daya tarik produk melalui panca indera seperti kebersihan makanan, kebersihan alat dan tampilan makanan. *Esthetic* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
12. ***Kualitas Produk*** adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai. Kualitas produk diukur dengan parameter *Performance* (Kinerja), *Features* (Fitur), *Reliability* (Keandalan), *Conformance To Specification* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), dan *Esthetic* (Estetika).
13. ***Reliability (Keandalan)*** adalah kemampuan karyawan Bebek Gazebo untuk memberikan informasi dan penjelasan dengan baik kepada pelanggan serta mampu melayani pesanan dengan baik. *Reliability* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
14. ***Responsiveness (Ketanggapan)*** adalah memberikan pelayanan secara sigap dan cepat dalam membantu pelanggan. Kesigapan adalah bertindak/bergerak dengan cepat dengan instruksi. *Responsiveness* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
15. ***Assurance (Jaminan)*** adalah jaminan kepada pelanggan meliputi adanya ketepatan pesanan. *Assurance* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
16. ***Empathy (Empati)*** adalah kemudahan dalam berinteraksi dengan baik dan memahami kebutuhan pelanggan ketika tempat penuh dan keperluan layanan tambahan. *Empathy* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.
17. ***Tangible (Berwujud)*** adalah mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan dan sarana parkir. *Tangible* diukur menggunakan Skala Likert dengan skala lima peringkat.

Tabel 3. Metode penelitian terdahulu

No.	Nama Penulis, Tahun Jurnal, Judul Jurnal	Metode Penelitian		Hasil
		<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	Servqual	
1.	Nurcahyawening, 2014, Pengembangan Program Perbaikan Kualitas pada Usaha Jasa Menggunakan <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	V		Penelitian ini dilakukan untuk memahami prioritas atribut teknis yang dapat diadopsi oleh restoran Bebek Gazebo untuk meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan
2.	Ratna, 2012, Strategi Peningkatan Kualitas pelayanan pada Pelanggan Plasa Telkom Sidoarjo dengan Menggunakan Intregasi Metode <i>Service Quality</i> dan <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	V		Pengembangan strategi yang sesuai untuk memperbaiki mutu pelayanan kepada pelanggan di plasa Telkom Sidoarjo
3.	Hutapea, 2010, Peningkatan Kualitas Layanan <i>General Affair</i> Menggunakan Metode Servqual dan QFD pada PT. Meratus Line.	V	V	Manajemen harus melakukan pelatihan kepribadian untuk bagian <i>General Affair</i> , memberikan pelatihan teknis perbaikan kepada teknisi, menambah tenaga kerja <i>cleaning service</i> , serta memperbaiki sarana dan prasarana yang ada
4.	Agan, 2017, Peningkatan Kualitas Layanan <i>Maintenance Contract</i> Timbangan Truk Pada <i>Restoran Distributor</i> Timbangan di Surabaya Dengan Metode Servqual dan QFD	V	V	Penetapan strategi yang efektif untuk meningkatkan mutu layanan pemeliharaan timbangan truk