



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan *voice of customer* dilakukan dengan cara survey langsung kepada pelanggan Aegis Coffee mengenai hal-hal yang diinginkan oleh pelanggan terkait kualitas pelayanan Aegis Coffee sesuai dengan ke 5 variabel yang telah ditentukan. Setelah dilakukan survey, telah mendapatkan 17 *voice of customer* dari masing-masing 5 variabel. Terdapat 4 *voice of customer* yang masuk dalam variabel *tangible* (bukti fisik) yaitu fasilitas AC ruangan, fasilitas hott spot, ketersediaan toilet, ketersediaan tempat parkir yang memadai. Variabel *reliability* (keandalan) yaitu variasi pilihan menu yang ditawarkan, lokasi coffee shop strategis, kemudahan dalam memesan menu, kenyamanan suasana coffee shop, harga terjangkau, tersedia no smoking area. Variabel *responsiveness* (daya tanggap) meliputi kecepatan dalam melayani pelanggan, cepat tanggap merespon keluhan pelanggan, ketepatan dalam melayani pelanggan. Variabel *assurance* (asuransi) yaitu tempat parkir yang aman, dan kemudahan dalam berkomunikasi. Dan variabel *emphaty* (empati) meliputi

keramahan dalam melayani pelanggan, pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran.

Dari 17 *voice of customer* dilakukan penyebaran kuisioner kepada pelanggan Aegis Coffee dan dilakukan uji validitas dan reliabilitas sehingga dapat melakukan ke tahap selanjutnya yaitu menggunakan analisis QFD.

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Gambaran Umum Aegis Coffee

Aegis Coffee berdiri pada bulan Februari tahun 2017, yang melatarbelakangi didirikannya Aegis Coffee ini melihat adanya peluang bisnis yang menjanjikan karena belum banyak coffee shop yang ada di Yogyakarta pada saat itu. Ide dari berdirinya Aegis Coffee hanya berawal dari kesamaan hobi dan tujuan dengan teman SMA, sehingga para pemilik Aegis Coffee ini memutuskan untuk mendirikan coffee shop. Aegis sendiri berasal dari bahasa Jepang yang memiliki arti perisai, yang harapannya Aegis bisa bertahan dalam keadaan dan kondisi apapun.

Aegis Coffee adalah bentuk usaha coffee shop, yang memperkenalkan beberapa macam kopi dari daerah yang berbeda-beda. Ciri khas dari Aegis Coffee sendiri yaitu, menawarkan beberapa menu *Signature* yang hanya tersedia di Aegis Coffee. Selain itu, Aegis juga menyediakan tempat yang nyaman dan layak bagi pelajar hingga pegawai kantor untuk berdiskusi ataupun sekedar menghabiskan waktu bersama teman.

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat dikelompokkan sesuai dengan hasil kuisioner yang telah disebarkan. Dalam penelitian ini kuisioner disebarkan kepada pelanggan Aegis Coffee yang terdiri dari 35 responden. Sehingga, dapat diperoleh kelompok seperti jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Tabel Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Jumlah Rrsponden %
Laki-Laki	17	48,6%
Perempuan	18	51,4%

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel 4.1 dapat dikatakan bahwa dari ke 35 responden Aegis Coffee yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 48,6% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51,4%. Sedangkan reponden Aegis Coffee dari segi usia, dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Tabel Usia

Usia	Jumlah Responden	Jumlah Rrsponden %
17-20 tahun	2	5,7%
21-25 tahun	33	94,3%
>25 tahun	0	0%

Sumber: Data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari ke 35 responden Aegis Coffee yang berusia 17-20 tahun sebanyak 5,7%, yang berusia 21-25 tahun sebanyak 94,3%.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki ketepatan dalam melakukan pengukuran, atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut dapat benar-benar mengukur apa yang hendak diukur (Suharsimi Arikunto 2010).

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS 25. Data dapat dikatakan valid apabila pada tabel total terdapat tanda bintang (*). Dan kuisisioner dikatakan valid jika koefisien korelasi Product Moment $\geq 0,3$ (Saifudin Azwar, 2002).

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 35 responden dari pelanggan Aegis Coffee. Hasil dari koefisien korelasi uji validitas kuisisioner untuk atribut tingkat kepentingan dan atribut tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Pelanggan

Variabel	Indikator	r hitung	Kesimpulan
		Tingkat Kepentingan	
Tangible	TA 1	0,722	Valid
	TA 2	0,718	Valid
	TA 3	0,828	Valid
	TA 4	0,674	Valid
Reliability	REA 1	0,544	Valid
	REA 2	0,537	Valid
	REA 3	0,704	Valid
	REA 4	0,795	Valid
	REA 5	0,521	Valid

	REA 6	0,652	Valid
Responsiveness	RESP 1	0,853	Valid
	RESP 2	0,910	Valid
	RESP 3	0,880	Valid
Assurance	ASS 1	0,883	Valid
	ASS 2	0,893	Valid
Emphaty	EMP 1	0,858	Valid
	EMP 2	0,918	Valid

Sumber: Output kuisisioner diolah dengan IBM SPSS 25 *^rhitung $\geq 0,3$

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa hasil dari pengujian validitas sebuah kuisisioner mendapatkan koefisien *product moment* diatas 0,3. Hal ini menandakan bahwa data tersebut dapat dikatakan valid atau memiliki ketepatan dan kecermatan dalam fungsi ukurnya (Syaifudin Azwar, 2002).

4.2.2 Uji Reliabilitas

Sugiono (2005) dalam Suharto (2009) yang menyebutkan bahwa Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Uji reliabilitas di dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Dimana data akan dikatakan reliable apabila r hitung $> 0,6$ yang menandakan data dapat diterima (Singaribum 1995).

Hasil dari uji reliabilitas kuisisioner pihak pelanggan untuk atribut tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dilakukan dengan menggunakan

program IBM SPSS 25 yang menghasilkan angka *standardized Alpha* terdapat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Pelanggan

Variable	Nilai Alpha	Kesimpulan
	Tingkat Kepentingan	
Tangible	0,708	Reliabel
Reliability	0,671	Reliabel
Responsiveness	0,855	Reliabel
Assurance	0,732	Reliabel
Emphaty	0,722	Reliabel

Sumber: Output kuisiner diolah dengan program IBM SPSS 25

Dari hasil tabel 4.4 diatas, dapat dikatakan bahwa hasil dari ke 5 variabel yang meliputi *Tangible*, *Reliabilty*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* reliable karena lebih dari 0,6 sehingga menandakan data memiliki kestabilitan yang dapat diterima.

4.3 Analisis *Quality Function Deployment*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat analisis yang berbentuk House of Quality, dimana HOQ dapat digunakan untuk mendiskripsikan serta menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pelanggan, bagaimana kemampuan teknis perusahaan untuk memenuhi dan memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

4.3.1 Analisis Keinginan Pelanggan (WHAT)

Pada tahap pertama, peneliti melakukan pengumpulan data untuk mendapatkan data apa saja yang menjadi keinginan dan harapan terhadap pelayanan di Aegis Coffee. Dari data yang dikumpulkan dapat menghasilkan 5 atribut sebagai berikut:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Pada variable *tangible* memiliki 4 indikator yaitu fasilitas AC ruangan, fasilitas hott spot, ketersediaan toilet, dan ketersediaan tempat parkir yang memadai.

Tabel 4.5
Diskriptif atribut jasa

No	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	min	max	mean
1	Fasilitas AC ruangan	1	5	4.34
2	Fasilitas hott spot	1	5	4.63
3	Ketersediaan toilet	1	5	4.6
4	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	1	5	4.4

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel diatas, dapat dikatakan bahwa responden memberi skor paling banyak antara 3-5 yang menandakan respon dari pelanggan baik. Empat indikator diatas telah mendapatkan skor responden rata-rata antara 4.4 – 4.63.

2. *Reliability* (Keandalan)

Variabel selanjutnya yaitu *reliability* dimana dalam variable ini memiliki 6 indikator yang meliputi, variasi pilihan menu yang ditawarkan,

lokasi coffee shop strategis, kemudahan dalam memesan menu, kenyamanan suasana coffee shop, harga terjangkau dan tersedia no smoking area.

Tabel 4.6
Diskriptif atribut jasa

No	<i>Reliability</i> (Keandalan)	min	max	mean
1	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	1	5	4.4
2	Lokasi coffee shop strategis	1	5	4.46
3	Kemudahan dalam memesan menu	1	5	4.4
4	Kenyamanan suasana coffee shop	1	5	4.6
5	Harga terjangkau	1	5	4.26
6	Tersedia no smoking area	1	5	4.4

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa responden memberi skor paling banyak

antara 2-5 yang menandakan respon pelanggan cukup baik. Kelima indikator diatas telah mendapat skor responden rata-rata antara 4.26 – 4.6.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pada variable *responsiveness* (daya tanggap) ini terdapat 3 indikator yaitu kecepatan dalam melayani pelanggan, cepat tanggap merespon keluhan pelanggan, dan ketepatan dalam melayani pelanggan.

Tabel 4.7
Diskriptif atribut jasa

No	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	min	max	mean
----	--------------------------------------	-----	-----	------

1	Kecepatan dalam melayani pelanggan	1	5	4.51
2	Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	1	5	4.46
3	Ketepatan dalam melayani pelanggan	1	5	4.43

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari data diatas dapat dikatakan bahwa responden telah memberi skor 3-4 yang menandakan respon dari pelanggan terbilang cukup baik. Dari ketiga indikator diatas mendapatkan skor responden rata-rata 4.43 – 4.51.

4. Assurance (Jaminan)

Variable *assurance* (jaminan) memiliki 2 indikator didalamnya, yaitu tempat parkir yang aman, dan kemudahan dalam berkomunikasi.

Tabel 4.8

Diskriptif atribut jasa

No	Assurance (Jaminan)	min	max	mean
1	Tempat parkir yang aman	1	5	4.46
2	Kemudahan dalam berkomunikasi	1	5	4.37

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden telah memberi skor 3 yang menandakan respon dari pelanggan cukup baik. Dari kedua indikator diatas maka mendapatkan skor responden 4.37 – 4.46.

5. Emphaty (Empati)

Pada variable kelima, memiliki 2 indikator yang meliputi keramahan dalam melayani pelanggan serta pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran.

Tabel 4.9

Diskriptif atribut jasa

No	<i>Emphaty</i> (Empati)	min	max	mean
1	Keramahan melayani pelanggan	1	5	4.71
2	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	1	5	4.54

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel diatas maka dapat dikatakan bahwa responden telah memberi skor 4-5 yang menandakan respon dari pelanggan sangat baik. Dari kedua indikator diatas maka mendapatkan skor responden 4.54 – 4.71.

Dari keseluruhan tabel diatas maka dikatakan bahwa semua indikator dapat menjadi *Customer Requirement*. Berikut tabel *Customer Requirement* beserta bobot tingkat kepentingan dari skala 1 (tidak penting) – 5 (sangat penting):

Tabel 4.10

***Customer Requirement* (WHAT)**

Variable	Atribut	Tingkat Kepentingan
		Bobot
<i>Tangible</i>	Fasilitas AC ruangan	4.34
	Fasilitas hott spot	4.63
	Ketersediaan toilet	4.6
	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	4.4
<i>Reliability</i>	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	4.4
	Lokasi coffee shop strategis	4.46
	Kemudahan dalam memesan menu	4.4
	Kenyamanan suasana coffee shop	4.6
	Harga terjangkau	4.26
	Tersedia no smoking area	4.4

<i>Responsiveness</i>	Kecepatan dalam melayani pelanggan	4.51
	Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	4.46
	Ketepatan dalam melayani pelanggan	4.43
<i>Assurance</i>	Tempat parkir yang aman	4.46
	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	4.37
<i>Emphaty</i>	Keramahan melayani pelanggan	4.71
	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	4.54

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel 4.10 diatas terdapat skor yang dapat menunjukkan tingkat kepentingan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Aegis Coffee. Sehingga dapat dijelaskan bahwa bobot *customer requirement* tingkat kepentingan paling tinggi yaitu keramahan melayani pelanggan dengan skor sebesar 4.71. Dan bobot *customer requirement* tingkat kepentingan paling rendah yaitu harga terjangkau dengan skor 4.26.

4.3.2 Menentukan *technical requirement* (HOW)

Pada tahap kedua yaitu menentukan *technical requirement* yang dimiliki Aegis Coffee agar dapat memenuhi keinginan pelanggan dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik coffee shop. Tabel 4.11 menunjukkan hasil wawancara dengan pihak Aegis Coffee terkait *technical requirement*:

Tabel 4.11

Technical Requirement (HOW)

No	<i>Customer Requirement</i>	<i>Technical Requirement</i>
1	Fasilitas AC ruangan	Kelengkapan Fasilitas
2	Fasilitas hott spot	Kelengkapan Fasilitas
3	Ketersediaan toilet	Kelengkapan Fasilitas

		Kualitas Pelayanan
4	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Kualitas Pelayanan
		Kelengkapan Fasilitas
5	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	<i>Quality Control</i>
		<i>Training</i>
6	Lokasi coffee shop strategis	Kualitas Pelayanan
7	Kemudahan dalam memesan menu	Kualitas Pelayanan
8	Kenyamanan suasana coffee shop	Kualitas Pelayanan
		<i>Customer Service</i>
9	Harga terjangkau	Kualitas Pelayanan
		<i>Quality Control</i>
10	Tersedia no smoking area	Kelengkapan Fasilitas
		Kualitas Pelayanan
11	Kecepatan dalam melayani pelanggan	Kualitas Pelayanan
12	Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	<i>Training</i>
13	Ketepatan dalam melayani pelanggan	<i>Training</i>
		Kualitas Pelayanan
		<i>Quality Control</i>
14	Tempat parkir yang aman	Kelengkapan Fasilitas
15	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	Kualitas Pelayanan
		<i>Customer Service</i>
16	Keramahan melayani pelanggan	Kualitas Pelayanan
17	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	Kualitas Pelayanan
		<i>Customer Service</i>

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Tabel diatas menunjukkan beberapa *technical requirement* yang dimiliki oleh Aegis Coffee untuk memenuhi *customer requirement*. Dimana terdapat *technical requirement* yang berbeda dalam memenuhi satu *customer requirement*, hal ini dilakukan oleh Aegis Coffee karena tidak semua *customer requirement* dapat di penuhi dengan satu *technical requirement* saja.

4.3.3 Hubungan antara *Customer Requirement* dengan *Technical Requirement*

Setiap indikator memiliki hubungan dengan respon teknis, tidak semua indikator memiliki hubungan yang sama dengan respon teknis. Kekuatan hubungan antar indikator dengan respon teknis berdasarkan kesesuaian dari keduanya. Dalam penelitian ini hubungan kuat diberi simbol ▲, hubungan sedang diberi simbol ○, dan untuk hubungan yang lemah diberi simbol ■. Hubungan antar indikator dengan respon teknis dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hubungan antara *Customer Requirement*
dengan *Technical Requirement*

<i>Technical Requirement</i>	<i>Customer Requirement</i>	Hubungan	Simbol
Kualitas Pelayanan	Ketersediaan toilet	Kuat	▲
	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Kuat	▲
	Lokasi coffee shop strategis	Sedang	○
	Kemudahan dalam memesan menu	Lemah	■
	Kenyamanan suasana coffee shop	Kuat	▲
	Harga terjangkau	Lemah	■
	Tersedia no smoking area	Kuat	▲
	Kecepatan dalam melayani pelanggan	Kuat	▲
	Ketepatan dalam melayani	Kuat	▲

	pelanggan		
	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	Sedang	○
	Keramahan melayani pelanggan	Kuat	▲
	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	Sedang	○
<i>Training</i>	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	Sedang	○
	Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	Kuat	▲
	Ketepatan dalam melayani pelanggan	Kuat	▲
<i>Quality Control</i>	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	Kuat	▲
	Harga terjangkau	Sedang	○
	Ketepatan dalam melayani pelanggan	Lemah	■
<i>Customer Service</i>	Kenyamanan suasana coffee shop	Kuat	▲
	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	Kuat	▲
	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	Kuat	▲
Kelengkapan Fasilitas	Fasilitas AC ruangan	Kuat	▲
	Fasilitas hott spot	Kuat	▲
	Ketersediaan toilet	Kuat	▲
	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Kuat	▲
	Tersedia no smoking area	Kuat	▲
	Tempat parkir yang aman	Kuat	▲

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms.Excel

Dari tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa setiap *customer requirement* memiliki hubungan yang berbeda beda dengan respon teknis karena hal ini berkaitan dengan cara penanganan untuk memenuhi *customer requirement* memerlukan multi respon.

4.3.4 Hubungan antara *Technical Requirement*

Hubungan antara *Technical Requirement* untuk mengetahui korelasi antar respon teknis yang satu dengan respon teknis lainnya saling dipengaruhi atau mempengaruhi satu sama lain. Hubungan antar respon teknis dapat dilihat pada tabel 4.13, berikut:

Tabel 4.13
Hubungan antara *Technical Requirement*

No		<i>Technical Requirement</i>	Hubungan	Simbol
1	Kualitas	<i>Training</i>	Kuat	▲
		<i>Quality Control</i>	Kuat	▲
		<i>Customer Service</i>	Kuat	▲
		Kelengkapan Fasilitas	Sedang	○
2	<i>Training</i>	<i>Quality Control</i>	Kuat	▲
		<i>Customer Service</i>	Sedang	○
		Kelengkapan Fasilitas	-	-
3	<i>Quality Control</i>	<i>Customer Service</i>	Sedang	○
		Kelengkapan Fasilitas	Sedang	○
4	<i>Customer Service</i>	Kelengkapan Fasilitas	Lemah	■

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Pada tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa hubungan antar *technical requirement* berbeda-beda, namun *training* dengan kelengkapan fasilitas tidak memiliki hubungan sama sekali karena *training* yang dilakukan oleh karyawan tidak mempengaruhi kelengkapan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan begitu sebaliknya.

4.3.5 Mengembangkan Tingkat Kepentingan

Peringkat kepentingan akan memberikan peringkat mengenai bagaimana meneruskan produk dan desain proses. Perhitungan peringkat kepentingan yaitu dengan cara mengkalikan peringkat bobot dengan *importance rating*. Peringkat bobot didapat dari hubungan yang dijelaskan dalam bentuk angka, hubungan yang kuat diberi angka 5, hubungan yang sedang diberi angka 3 dan untuk hubungan yang lemah diberi angka 1. Hasil dari perhitungan tingkat kepentingan dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Tingkat Kepentingan

No	Technical Requirement	Customer Requirement	Hubungan	Peringkat Bobot	Importance Rating	Peringkat Kepentingan Kita
1	Kualitas Pelayanan	Ketersediaan toilet	Kuat	5	4.6	23
		Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Kuat	5	4.4	22
		Lokasi coffee shop strategis	Sedang	3	4.46	13.4
		Kemudahan dalam memesan menu	Lemah	1	4.4	4.4
		Kenyamanan suasana coffee shop	Kuat	5	4.6	23
		Harga terjangkau	Lemah	1	4.26	4.3
		Tersedia no smoking area	Kuat	5	4.4	22
		Kecepatan dalam melayani pelanggan	Kuat	5	4.51	22.6
		Ketepatan	Kuat	5	4.45	22.3

		dalam melayani pelanggan				
		Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	Sedang	3	4.37	13.1
		Keramahan melayani pelanggan	Kuat	5	4.71	23.6
		Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	Sedang	3	4.54	13.6
2	<i>Training</i>	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	Sedang	3	4.4	13.2
		Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	Kuat	5	4.46	22.3
		Ketepatan dalam melayani pelanggan	Kuat	5	4.45	22.3
3	<i>Quality Control</i>	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	Kuat	5	4.4	22
		Harga terjangkau	Sedang	3	4.26	12.8
		Ketepatan dalam melayani pelanggan	Lemah	1	4.45	4.5
4	<i>Customer Service</i>	Kenyamanan suasana coffee shop	Kuat	5	4.6	23
		Kemudahan dalam berkomunikasi	Kuat	5	4.37	21.9

		si dengan pihak coffee shop				
		Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	Kuat	5	4.54	22.7
5	Kelengkapan Fasilitas	Fasilitas AC ruangan	Kuat	5	4.34	21.7
		Fasilitas hott spot	Kuat	5	4.63	23.2
		Ketersediaan toilet	Kuat	5	4.6	23
		Ketersediaan tempat parkir yang memadai	Kuat	5	4.4	22
		Tersedia no smoking area	Kuat	5	4.4	22
		Tempat parkir yang aman	Kuat	5	4.46	22.3

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Pada tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa ketersediaan toilet memiliki tingkat kepentingan kita sebesar 23, ketersediaan tempat parkir yang memadai memiliki tingkat kepentingan kita sebesar 22 dan seterusnya.

4.3.6 Penilaian Kompetitif

Penilaian kompetitif dilakukan untuk mengetahui kinerja yang dihasilkan oleh kompetitor. Sehingga, Aegis Coffee harus selalu meningkatkan kualitas agar dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik dari kompetitor sejenis. Nilai kompetitif dapat diberi huruf G yaitu **“baik”**, huruf F yaitu **“sedang”** dan untuk huruf P yaitu **“buruk”**. Penilaian

kompetitif Aegis Coffee dengan kompetitor sejenis dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15

Hasil Penilaian Kompetitif

No	Customer Requirement (WHAT)	Penilaian Kompetitif		
		Sinergi	Lagani	Kaktus
1	Fasilitas AC ruangan	F		
2	Fasilitas hott spot			G
3	Ketersediaan toilet			G
4	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	G	P	
5	Variasi pilihan menu yang ditawarkan	G		
6	Lokasi coffee shop strategis		F	G
7	Kemudahan dalam memesan menu			
8	Kenyamanan suasana coffee shop			
9	Harga terjangkau		G	
10	Tersedia no smoking area			
11	Kecepatan dalam melayani pelanggan	F	G	G
12	Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan			F
13	Ketepatan dalam melayani pelanggan	F	G	
14	Tempat parkir yang aman			
15	Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop			F
16	Keramahan melayani pelanggan			F
17	Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran			

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa ketiga kompetitor sejenis Aegis Coffee berasal dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan kepada responden, dimana responden mayoritas menyebutkan ketiga kompetitor

tersebut yaitu, Sinergi Cowork & Network Space, Lagani Coffee & Co. dan Kaktus Coffee Place. Hasil dari penilaian kompetitif di atas menyatakan bahwa tidak semua kompetitor memiliki penilaian sesuai *customer requirement* yang telah disebutkan.

4.3.7 Mengidentifikasi Atribut Teknis

Atribut teknis atau yang sering disebut sebagai target, yaitu sasaran atribut yang ingin dicapai oleh perusahaan untuk mengetahui dan mengidentifikasi seberapa baik perusahaan dengan kompetitor sejenis dalam menangani atribut. Target Aegis Coffee dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini.

Tabel 4.16
Target Aegis Coffee

No	<i>Technical Requirement</i>	Target
1	Kualitas Pelayanan	Meningkatkan kualitas dari seluruh aspek yang ada di Aegis Coffee mulai dari produk, SDM, marketing dan fasilitas
2	<i>Training</i>	Memberikan pengetahuan serta meningkatkan skill, attitude dan hospitality yang lebih baik dari sebelumnya

3	<i>Quality Control</i>	Untuk menjaga kualitas produk, SDM maupun fasilitas agar tetap konsisten dan lebih baik
4	<i>Customer Service</i>	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara detail dengan penyampaian yang baik dan sopan
5	Kelengkapan Fasilitas	Menyediakan fasilitas yang layak dan kenyamanan untuk konsumen, mulai dari menyediakan fasilitas AC, hott spot, toilet, dan adanya no smoking area

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dapat dilihat pada tabel 4.16, bahwa masing-masing *technical requirement* Aegis Coffee memiliki target yang harus dicapai agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

Dalam pelaksanaan untuk mencapai sebuah target, tidaklah mudah dan banyak kesulitan-kesulitan dalam mencapai sebuah target. Aegis Coffee pun mengalami beberapa kesulitan dalam mencapai target. Tingkat kesulitan dalam pencapaian target dinilai tinggi diberi simbol ▲, target dinilai sedang diberi simbol ○, dan target dinilai rendah diberi simbol ■. Kesulitan

pencapaian target Aegis Coffee dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17

Tingkat Kesulitan Pencapaian

Target Aegis Coffee

No	<i>Technical Requirement</i>	Target	Tingkat Kesulitan	Simbol
----	------------------------------	--------	-------------------	--------

1	Kualitas Pelayanan	Meningkatkan kualitas dari seluruh aspek yang ada di Aegis Coffee mulai dari produk, SDM, marketing dan fasilitas	Rendah	■
2	<i>Training</i>	Memberikan pengetahuan serta meningkatkan skill, attitude dan hospitality yang lebih baik dari sebelumnya	Rendah	■
3	<i>Quality Control</i>	Untuk menjaga kualitas produk, SDM maupun fasilitas agar tetap konsisten dan lebih baik	Rendah	■
4	<i>Customer Service</i>	Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara detai dengan penyampaian yang baik dan sopan	Sedang	○
5	Kelengkapan Fasilitas	Menyediakan fasilitas yang layak dan kenyamanan untuk konsumen, mulai dari menyediakan fasilitas AC, hott spot, toilet, dan adanya no smoking area	Sedang	○

Sumber: data diolah dengan menggunakan Ms. Excel

Dari tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa setiap target memiliki kesulitan yang berbeda-beda. Aegis Coffee tidak memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dalam pencapaian targetnya.

4.3.8 House Of Quality (HOQ)

House of Quality adalah bentuk matriks dari QFD, HOQ dapat digunakan untuk mendiskripsikan serta menerjemahkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan bagaimana kemampuan teknis perusahaan

dalam memenuhi dan memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.



WHAT \ HOW	HOW								
	Tingkat Kepentingan	Kualitas Pelayanan	Training	Quality Control	Customer Service	Kelengkapan Fasilitas	Sinergi Cowork and Network Space	Lagami Coffee & Co.	Kaktus Coffee Place
Fasilitas AC ruangan	4.34					▲	F		
Fasilitas hott spot	4.63					▲			G
Ketersediaan toilet	4.6	▲				▲			G
Ketersediaan tempat parkir yang memadai	4.4	▲				▲	G	P	
Variasi pilihan menu yang ditawarkan	4.4		○	▲			G		
Lokasi coffee shop strategis	4.46	○						F	G
Kemudahan dalam memesan menu	4.4	■							
Kenyamanan suasana coffee shop	4.6	▲			▲				
Harga terjangkau	4.26	■		○				G	
Tersedia no smoking area	4.4	▲				▲	F	G	G
Kecepatan dalam melayani pelanggan	4.51	▲							F
Cepat tanggap merespon keluhan pelanggan	4.46		▲						
Ketepatan dalam melayani pelanggan	4.43	▲	▲	■			F	G	
Tempat parkir yang aman	4.46					▲			
Kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop	4.37	○			▲				F
Keramahan dalam melayani pelanggan	4.71	▲							F
Pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran	4.54	○			▲				
Peringkat Kepentingan Kita		207.12	57.75	39.23	89.25	134.15			
Nilai Target		■	■	■	○	○			

Dari gambar 4.1 diatas, *customer requirement* (what) yang paling penting bagi pelanggan yaitu keramahan melayani pelanggan yaitu sebesar

4,71, sedangkan *customer requirement* (what) yang dianggap tidak penting bagi pelanggan yaitu harga terjangkau sebesar 4,26.

Sementara itu, dilihat dari peringkat kepentingan kita yaitu tingkat kepentingan bagi perusahaan yang paling tinggi hingga paling rendah secara berurutan yaitu kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, *customer service*, *training*, dan yang terakhir yaitu *quality control*.

4.4 Pembahasan

Agar dapat menjawab rumusan masalah diatas, maka Aegis Coffee harus memperhatikan skor tingkat kepentingan konsumen dengan skor tertinggi yang berarti sangat penting bagi konsumen sampai skor terendah yang menurut konsumen kurang penting. Dimana, skor tingkat kepentingan konsumen tertinggi yaitu keramahan melayani pelanggan sebesar 4,71, fasilitas hott spot sebesar 4,63, ketersediaan toilet dan kenyamanan suasana coffee shop sebesar 4,6, pihak coffee shop bersedia menerima kritik dan saran sebesar 4,54, kecepatan dalam melayani pelanggan sebesar 4,51, lokasi coffee shop, cepat tanggap merespon keluhan pelanggan dan tempat parkir yang aman sebesar 4,46, ketepatan dalam melayani pelanggan sebesar 4,43, ketersediaan parkir yang memadai, variasi pilihan menu yang ditawarkan, kemudahan dalam memesan menu, tersedia no smoking area sebesar 4,4, kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak coffee shop 4,37, fasilitas AC ruangan sebesar 4,34, dan skor tingkat kepentingan terendah yaitu harga terjangkau dengan skor sebesar 4,26.

Sementara itu, jika dilihat dari skor peringkat kepentingan “kita” untuk *technical requirement* dari tertinggi hingga terendah yaitu kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, *customer service*, *training*, dan *quality control*, yang berarti Aegis Coffee dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan memprioritaskan kualitas pelayanannya. Dimana antara *customer requirement* (what) dengan *technical requirement* (how) memiliki hubungan yang berbeda-beda, salah satu atribut yang dapat dipenuhi dengan kualitas pelayanan yaitu ketersediaan toilet, ketersediaan tempat parkir yang memadai, kenyamanan suasana coffee shop, tersedia no smoking area, kecepatan dalam melayani pelanggan, dan keramahan melayani pelanggan karena atribut tersebut memiliki hubungan kuat dengan kualitas pelayanan. Sedangkan *technical requirement* sendiri memiliki hubungan antar *technical requirement*, dimana hubungan antar *technical requirement* berbeda-beda, namun *training* dengan kelengkapan fasilitas tidak memiliki hubungan karena *training* yang dilakukan oleh karyawan tidak mempengaruhi kelengkapan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan dan begitu sebaliknya.

Aegis Coffee pun harus memperhatikan penilaian kompetitif, dimana Kaktus Coffee Place mendapat nilai G (baik) paling banyak sesuai dengan jawaban responden yang telah merasakan kualitas layanannya. Namun, Aegis Coffee tidak memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dalam mencapai target sehingga Aegis Coffee dapat meningkatkan *technical requirement* berdasarkan target.