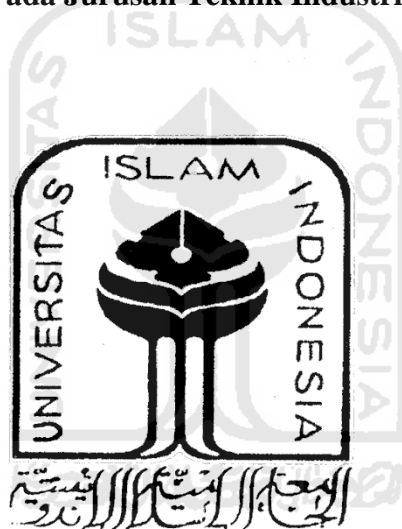


**Analisis Desain Perbaikan Pelayanan Pada Industri Jasa Hiburan
Dengan Mengintegrasikan Metode Servqual Dan
Quality Function Deployment (QFD)
(Studi Kasus Pelayanan Pada *Planet Pool Center*)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Melaksanakan Tugas Akhir

Pada Jurusan Teknik Industri



Nama : Teuku Rifqi Zaldy

No mhs : 05 522 083

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**Analisis Desain Perbaikan Pelayanan Pada Industri Jasa Hiburan
Dengan Mengintegrasikan Metode Servqual Dan
Quality Function Deployment (QFD)
(Studi Kasus Pelayanan Pada *Planet Pool Center*)**



Oleh:

Nama: Teuku Rifqi Zaldy

No.Mahasiswa : 05 522 083

Jogjakarta, Desember 2011

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Djalal', is positioned above the name of the supervisor.

Drs. R Abdul Djalal, MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**Analisis Desain Perbaikan Pelayanan Pada Industri Jasa Hiburan
Dengan Mengintegrasikan Metode Servqual Dan
Quality Function Deployment (QFD)
(Studi Kasus Pelayanan Pada *Planet Pool Center*)**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Nama : Teuku Rifqi Zaldy

No. Mahasiswa : 05 522 083

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri
Yogyakarta, Desember 2011

Tim Penguji

R Abdul Djalal, Drs., MM

Ketua

Yuli Agusti Rochman, ST., M. Eng

Anggota 1

Sri Indrawati, ST., M. Eng

Anggota 2



Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE

9/1/2012

LEMBAR PENGAKUAN

Demi Allah saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual, saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Desember 2011



Teuku Rifqi Zaldy

05522083

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan karya ini untuk:
Orang tua dan keluargaku tercinta
yang telah mencurahkan biaya, do'a dan kasih sayangnya
yang telah mengajarkan keseimbangan dalam diriku
kesungguhan, ketekunan, kesabaran, welas asih dan cara mencintai makhluk
yang menjadikanku merasa bersyukur diantara kelebihan dan kekuranganku
yang tetap membuatku ingat untuk selalu menunduk dihadapan – Nya
Semoga Allah SWT mencatatnya sebagai amal kebajikan.*

MOTTO

رَبُّ الْمَشْرِقَيْنِ وَرَبُّ الْمَغْرِبَيْنِ ﴿١٧﴾

Tuhan yang memelihara kedua tempat terbit matahari dan Tuhan yang memelihara kedua tempat terbenamnya.

(Q.S. Ar-Rahman : 17)

فَبِأَيِّ آءَاءِ رَبِّكُمْ تَكْفُرُونَ ﴿١٨﴾

Maka nikmat Tuhan kamu (golongan jin dan manusia) yang manakah yang kamu dustakan?

(Q.S. Ar-Rahman 18)



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillah *rabbi'l' alamin*, segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu persyaratan Program S-1 Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Shalawat dan salam semoga tercurah pada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga, dan pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Merupakan suatu kelegaan ketika akhirnya saya dapat menyelesaikan bagian akhir dari amanah yang panjang ini dengan begitu banyak kemudahan dan kekuatan yang Allah berikan melalui banyak pihak dengan bantuan, dukungan dan do'a. Untuk itulah, saya sangat ingin menghaturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Gumbolo HS., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. R Abdul Djalal, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Faisal Putra selaku pembimbing saya di *PLANET POOL CENTRE*, terimakasih telah mengizinkan saya melakukan penelitian dan terimakasih atas bimbingan selama penelitian.
5. Ibuku yang telah memberikan do'a serta dukungan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan dan menyusun Tugas Akhir ini.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari idealisme seorang peneliti maupun Karya Ilmiah. Untuk itulah saya meminta maaf yang setulus-tulusnya dan menunggu masukan yang berguna untuk perbaikan selanjutnya.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi para pembacanya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.



Jogjakarta, Desember 2011

Teuku Rifqi Zaldy

ABSTRAK

Quality Service adalah suatu hasil yang pelanggan inginkan/harapkan dari produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dengan kenyataan pelayanan yang telah diterima. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997). Metode yang digunakan untuk menentukan *Quality Service* adalah Metode Servqual. Untuk pembobotan prioritas yang akan diambil menggunakan metode *Importance Performance Analisis* (IPA). Sedangkan strategi/tindakan yang perlu diambil guna peningkatan kualitas layanan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Tujuan dari penelitian ini karena terdapat perbedaan-perbedaan persepsi dan harapan pelanggan terhadap apa produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Pada penelitian kali ini akan dilakukan analisa kesenjangan/gap antara harapan dan kinerja perusahaan terhadap kualitas layanan pada industri jasa hiburan yang berfokus pada pelayanan *Planet Pool Centre*. Hasil penelitian kesenjangan/gap yang terjadi menunjukkan adanya kesenjangan negative pada semua dimensi layanan. Hal ini berarti bahwa harapan pelanggan lebih tinggi daripada kenyataan layanan yang diterimanya. Dari perhitungan *Importance Performance Analisis* (IPA) dan diagram kartesius maka diambil prioritas perbaikan yaitu bobot prioritas yang paling tinggi pada atribut fasilitas penunjang dengan kepentingan relatif 4.729 sedangkan kepentingan relative terkecil yaitu harga yang terjangkau dengan kepentingan relatif 4.543. Hasil analisa *Quality Function Deployment* (QFD) merekomendasikan usulan perbaikan kualitas layanan yang perlu dilakukan pada fasilitas penunjang. Perbaikan-perbaikan tersebut dilakukan untuk meningkatkan tingkat kualitas layanan terhadap apa yang pelanggan inginkan.

Kata Kunci : *Quality Service*, Servqual, Kesenjangan/Gap, *Quality Function Deployment*(QFD), *Importance Performance Analisis* (IPA)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	PENDAHULUAN
1.1	Latar Belakang..... 1
1.2	Rumusan Masalah..... 4
1.3	Batasan Masalah..... 4
1.4	Tujuan Penelitian..... 5
1.5	Manfaat Penelitian..... 5
1.6	Sistematika Penulisan..... 5
BAB II	LANDASAN TEORI
2.1	Pengertian Kualitas..... 7
2.2	<i>Total Quality Service (TQS)</i> 7
2.3	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)..... 9
2.4	Metode Servqual..... 10
2.4.1	Analisa Gap..... 10
2.4.2	Diagram Kartesius..... 11
2.5	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i> 12

2.6	Langkah Menyusun Kuisisioner	17
2.7	Uji Validitas	18
2.8	Uji Reliabilitas	21
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	23
3.2	Data Yang Dibutuhkan.....	23
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4	Metode Pengolahan Dan Analisis Data.....	24
3.5	Kerangka Penelitian	25
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1	Pengumpulan Data	26
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	26
4.1.2	Deskripsi Data.....	27
4.2	Pengolahan Data.....	27
4.2.1	Uji Kecukupan Data.....	27
4.2.2	Uji Validitas Data.....	28
4.2.3	Uji Reliabilitas Data	31
4.3	Perhitungan Data Dengan Menggunakan Metode Servqual	32
4.3.1	Identifikasi Gap Skor Dengan Metode Servqual	32
4.3.2	Diagram Kartesius.....	35
4.4	Perhitungan Data Dengan Menggunakan Metode QFD	41
4.4.1	Importance Performance Rating (IPA)	42
4.5	Matrik <i>House Of Quality</i> (HOQ)	45
4.6	Penentuan Tingkat Kepentingan Relatif	47
4.7	Menerjemahkan Kebutuhan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>) Ke Dalam Kebutuhan Teknis (<i>Technical Requirment</i>).....	49
4.8	Hubungan Antara Kebutuhan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>) Dengan Kebutuhan Teknis (<i>Technical Requirment</i>).....	51
4.9	Penentuan Target <i>Customer Requirment</i> Dan Ukuran Teknik	52
4.10	Penentuan Target <i>Technical Requirment</i> Dan Ukuran Teknik	53

4.11	Penentuan Nilai Kepentingan Absolut Dan Nilai Kepentingan Relatif Dalam Kebutuhan Teknis	55
4.12	Penentuan Hubungan Antar Kebutuhan Teknis	58
4.13	Penentuan Nilai <i>Gap Analysis</i>	58
4.14	Sales Point.....	59
4.15	Berat Bobot Baris (<i>Raw Weight</i>).....	61

BAB V PEMBAHASAN

5.1	Pembahasan <i>Service Quality</i>	63
5.2	Pembahasan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	63
5.3	Analisa <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	63
5.3.1	Matrik <i>House Of Quality (HOQ)</i>	64
5.3.1.1	Penentuan Tingkat Kepentingan Relatif (<i>Importan Rating</i>) ..	64
5.3.1.2	Penentuan Nilai Kepentingan Absolut Dan Nilai Kepentingan Relatif Dalam Kebutuhan teknis	66
5.5.1.3	Penentuan Nilai <i>Gap Analysis</i>	68
5.5.3.4	<i>Sales Point</i>	69
5.5.3.5	Berat Bobot Baris (<i>Raw Weight</i>).....	70

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	72
6.2	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam bidang industri baik jasa maupun manufaktur, kualitas merupakan hal yang sangat penting. Semakin baik kualitas produk/jasa dari perusahaan maka perusahaan akan lebih siap menghadapi persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat. Seperti industri transportasi maupun otomotif yang tiap dekade selalu menunjukkan persaingan dalam teknologi produk maupun jasa. Untuk dapat memenangkan persaingan dalam dunia bisnis, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah *Total Quality Service*. Setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan karena hal itu juga termasuk dalam memberdayakan *Total Quality Service*. Perusahaan juga harus dapat memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen. Semakin banyaknya persaingan yang terjadi maka perusahaan harus dapat menciptakan taktik dan strategi sehingga tidak harus kehilangan pasar nantinya.

Salah satu faktor yang dapat mendorong tercapainya *Total Quality Service* adalah kualitas layanan (*service quality*) yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997). Trend terhadap *Service Quality* diawali pada tahun 1980an ketika para pengusaha menyadari bahwa kualitas produk tidak menjamin terpeliharanya *competitive advantage*.

Dalam mengetahui tingkat keinginan pelanggan (*Voice of Customer*) maka akan digunakan metode *Servqual*. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) menyatakan *Servqual* adalah suatu strategi yang penting bagi kelangsungan dan

keberhasilan hidup organisasi bisnis, khususnya yang mempunyai lingkungan yang kompetitif, sehingga para pengusaha memfokuskan usahanya untuk memahami arti dari kualitas layanan bagi pelanggan serta membangun strategi-strategi guna meningkatkan kualitas layanan. Dalam strategi itu akan dilakukan analisa tentang kesenjangan/gap yang terjadi antara harapan dengan persepsi maupun kinerja perusahaan terkait *Total Quality Service*. Ada lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Yamit (2002), kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan jasa tersebut adalah *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Kualitas pelayanan merupakan suatu hasil yang pelanggan inginkan dari produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan .

Setelah diketahui apa yang menjadi kesenjangan/gap pelanggan serta apa yang diinginkan pelanggan maka untuk dapat mengambil suatu tindakan guna merancang perbaikan dan peningkatan kualitas maka akan digunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*.Cohen (1995), QFD adalah suatu metode untuk pengembangan dan perencanaan produk yang tersusun dan itu memungkinkan suatu perusahaan untuk menetapkan dengan jelas keinginan dan kebutuhan pelanggan dan kemudian mengevaluasi secara sistematis guna dilakukan perbaikan. Di lain hal QFD juga merupakan sebuah proses, proses/mekanisme yang terstruktur untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi kebutuhan teknis yang relevan, dimana masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat mengerti (Gasperz, 2001). Metode ini merupakan pendekatan yang terstruktur dalam melihat apa yang menjadi keinginan/harapan dan kebutuhan pelanggan (Bruce Han et al, 2001). QFD memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan

kebutuhan inovatif tersebut dan memperbaiki proses agar tercapai efektifitas maksimum.

Banyak peneliti yang pernah menggunakan salah satu metode ini (Metode servqual maupun QFD) maupun ada yang pernah menggunakan kedua metode ini, namun kebanyakan dari peneliti hanya menganalisa kualitas pelayanan saja dan banyaknya studi kasus dalam bidang perbankan dan rumah sakit padahal masih banyak industri yang memberikan produk/jasa menyangkut kualitas pelayanannya. Peneliti yang pernah melakukan penelitian tentang kualitas layanan diantaranya : Prasesti Widrisari Angelia (2009) melakukan penelitian tentang pengukuran kualitas layanan pada industri *hospitality* dengan integrasi metode Servqual dan QFD (Studi Kasus di BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta), Irma Wahyuningtyas (2006) menganalisis kualitas layanan perpustakaan pusat UII dengan menggunakan metode QFD dengan penentuan *importance rating* dengan metode Servqual dan Kano, dan Putri Perwitra Sari (2006) yang mengaplikasikan metode QFD dengan *Competitive Benchmarking* untuk meningkatkan kualitas layanan pada rumah sakit.

Tujuan dari penelitian ini karena terdapat perbedaan-perbedaan persepsi dan harapan pelanggan terhadap apa produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan. Pelanggan mempunyai berbagai keinginan dan kebutuhan terhadap produk/jasa dari suatu perusahaan dan dengan alasan ini perusahaan harus mempunyai strategi dan tindakan yang dapat meningkatkan *Total Quality Service*.

Pada penelitian kali ini akan dilakukan analisa kesenjangan/gap antara harapan dan kinerja perusahaan terhadap kualitas layanan pada industri hiburan (jasa). Hasil penelitian kesenjangan/gap yang terjadi menunjukkan adanya kesenjangan negatif pada semua dimensi layanan. Hal ini berarti bahwa harapan

pelanggan lebih tinggi daripada kenyataan layanan yang diterimanya. Kemudian, hasil analisa *House of Quality* yang terdapat dalam *Quality Function Deployment* (QFD) merekomendasikan usulan perbaikan kualitas layanan yang perlu dilakukan (Miguel, 2005). Perbaikan-perbaikan tersebut dilakukan untuk meningkatkan tingkat kualitas layanan terhadap apa yang pelanggan inginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat ditentukan perumusan masalah antara lain sebagai berikut:

1. Atribut apa yang menurut konsumen paling penting sehingga menjadi prioritas yang harus ditingkatkan oleh manajemen perusahaan?
2. Tindakan apa yang harus dilakukan perusahaan dalam melakukan perbaikan-perbaikan guna meningkatkan *Total Quality Service*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih terfokus, maka perlu adanya batasan-batasan masalah antara lain :

1. Penelitian ini akan dilakukan di *Planet Pool Center*.
2. Objek penelitian adalah *Quality Service* di *Planet Pool Center*.
3. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan sampel.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode *Servqual* dan *Quality Function Deployment* (QFD).

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui atribut yang menurut konsumen paling penting sehingga menjadi prioritas yang harus ditingkatkan oleh manajemen perusahaan.
2. Mengetahui tindakan yang harus dilakukan perusahaan dalam melakukan perbaikan-perbaikan guna meningkatkan *Total Quality Service*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah

1. Memahami dan mengerti lebih jauh mengenai penggunaan pendekatan *Servqual* dan *Quality Function Deployment* (QFD) sehingga suatu saat dapat diterapkan secara nyata dalam dunia pekerjaan.
2. Bagi peneliti dan pembaca, menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman terutama dalam hal *Total Quality Service* (TQS).
3. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan *quality service*.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada tugas akhir ini akan disusun sistematika penulisan seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat kajian singkat tentang latar belakang dilakukan kajian. Permasalahan yang dihadapi, rumusan masalah yang dihadapi, batasan yang ditemui, tujuan penelitian, hipotesis kalau ada, tempat penelitian dan objek penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Disamping itu juga memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti yang lain yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang kerangka dan bagan alir penelitian, teknik yang dilakukan, model yang dipakai, pembangunan dan pengembangan model, bahan dan materi, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang akan dipakai.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data yang ditampilkan dapat berbentuk tabel maupun grafik.

BAB V PEMBAHASAN

Berisi pembahasan hasil yang diperoleh dari penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang dicapai dan permasalahan yang ditemukan selama penelitian sehingga perlu dilakukan rekomendasi untuk kajian pada penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kualitas

Menurut Gaspersz (2001), kualitas adalah totalitas dari karakteristik produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan pelanggan yang dispesifikasikan dan ditetapkan. Sedangkan kualitas dalam konteks peningkatan proses adalah bagaimana baiknya kualitas suatu produk (barang/jasa) itu memenuhi spesifikasi dan toleransi yang ditetapkan oleh bagian desain dan pengembangan dari suatu perusahaan. Spesifikasi dan toleransi yang ditetapkan oleh bagian desain dan pengembangan produk yang disebut sebagai kualitas desain (*quality design*) harus berorientasi kepada kebutuhan dan ekspektasi pelanggan (orientasi pasar). Perusahaan akan melakukan peningkatan kualitas guna mencari pelanggan dan menjadikan pelanggan tetap. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997). Suatu produk akan memiliki kualitas yang unggul dan tingkat keunggulan tersebut akan digunakan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 1996). Semakin tinggi kualitas produk/jasa maka tingkat pelayanannya akan semakin baik.

2.2 Total Quality Service (TQS)

Total Quality Service dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara kesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan,

keinginan, dan harapan pelanggan (David dan Stanley, 1997). *Total Quality Service* berfokus pada lima bidang, yaitu:

a. Fokus pada pelanggan (*customer focus*)

Identifikasi pelanggan adalah prioritas utama. Apabila ini dilakukan, langkah selanjutnya adalah identifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Selain itu, organisasi juga wajib menjalin hubungan kemitraan dengan para pemasok kunci atas dasar *win-win situation*.

b. Keterlibatan total (*total involvement*)

Keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen juga harus mendelegasikan tanggung jawab dan wewenang penyempurnaan proses kerja pada mereka yang secara actual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan.

c. Pengukuran (*measurement*)

Unsur-unsur sistem pengukuran terdiri atas:

1. Mengidentifikasi output dari proses-proses kinerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan.
2. Mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.

d. Dukungan Sistematis (*systematic support*)

Manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara:

1. Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal.

2. Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti: perencanaan strategik, manajemen kinerja, penghargaan dan promosi kepada pelanggan serta komunikasi.
- e. Perbaiki Berkesinambungan

2.3 Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1985), mendefinisikan penilaian kualitas pelayanan sebagai pertimbangan global atau sikap yang berhubungan dengan keunggulan (*superiority*) dari suatu jasa pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu hasil yang pelanggan inginkan dari produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Ada lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan jasa tersebut adalah (Yamit, 2002) :

1. Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. Daya Tangap (*Responsiveness*), merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

2.4 Metode Servqual

Metode ini juga dikenal sebagai *Gap Analysis Model* yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi (Tjiptono, 2005:145). Ancangan ini menegaskan jika kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar dari harapan atas atribut yang bersangkutan maka persepsi atas kualitas jasa akan meningkat juga dan sebaliknya.

2.4.1 Analisa Gap

Kolaborasi tiga pakar terkemuka bidang kualitas jasa (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985) dalam *Journal of Marketing*, memaparkan secara rinci lima gap/kesenjangan kualitas jasa yang dianggap sebagai sumber masalah dari kualitas jasa itu sendiri. Lima gap/kesenjangan kualitas jasa tersebut yaitu :

- a. Gap/kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen.
- b. Gap/kesenjangan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.
- c. Gap/kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dengan jasa yang disajikan
- d. Gap/kesenjangan antara penyampaian jasa actual dengan komunikasi eksternal kepada konsumen.
- e. Gap/kesenjangan antara jasa yang diharapkan dengan yang secara aktual diterima.

Gap adalah hasil selisih antara skor kinerja dengan skorkepentingan.Semakin tinggi tingkat Gap berarti semakin besar kepuasan konsumen. Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$\text{Skor Gap} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

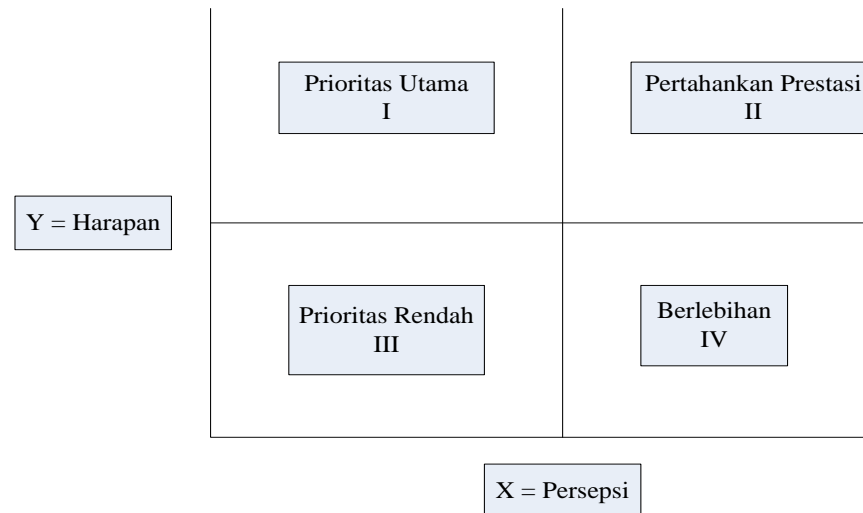
Analisa gap ini dilakukan dengan membandingkan masing-masing pertanyaan sehingga dapat diketahui adanya gap antara tingkat kepentingan/harapan dengan kinerja/persepsi yang dilakukan perusahaan. Perhitungannya adalah dengan cara menjumlahkan seluruh skor masing-masing pertanyaan yang diberikan kepada responden pada poin tingkat kepentingan. Dan menjumlahkan seluruh skor masing-masing pertanyaan yang diberikan kepada responden pada poin kinerja. Selanjutnya dicari selisih dari kedua kelompok penjumlahan tersebut. Jika skor total tingkat kepentingan lebih tinggi dari pada skor total kinerja maka dapat dikatakan kinerja perusahaan belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Dan sebaliknya apabila skor total tingkat kepentingan lebih rendah daripada skor total kinerja maka kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas.

2.4.2 Diagram Kartesius

Diagram kartesius yaitu merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y) dimana x merupakan rata-rata dari skor rata-rata pelaksanaan atau kinerja perusahaan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi; dan y merupakan rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Diagram kartesius untuk mendapatkan gambaran apa yang harus diperbuat untuk memperbaiki kuadran (Supranto, 2001). Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana : K = Banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 1.1 Diagram Kartesius

Keterangan :

Bagian I : Daerah prioritas Utama harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah.

Bagian II : Daerah yang harus dipertahankan dimana harapan dan persepsi sama-sama tinggi.

Bagian III : Daerah prioritas rendah karena harapan dan persepsi sama-sama rendah.

Bagian IV : Daerah yang berlebihan karena tingkat harapan rendah sedangkan persepsi tinggi.

2.5 Quality Function Deployment (QFD)

Cohen (1995), *Quality Function Deployment (QFD)* adalah suatu metode untuk pengembangan dan perencanaan produk yang tersusun serta memungkinkan dilakukan pengembangan lebih lanjut untuk menetapkan dengan jelas kekurangan pelanggan dan kebutuhan yang diinginkan, dan kemudian untuk mengevaluasi masing-masing produk/jasa terhadap layananyang secara sistematis

berpengaruh pada kebutuhan tersebut. Walden (2003), *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai metodologi untuk meyakinkan kebutuhan pelanggan dengan menggunakan solusi teknis yang sesuai, aplikasi ini untuk mendesain dan melakukan usaha peningkatan guna mencapai kepuasan pelanggan.

Tjiptono (2003:112) mengungkapkan bahwa konsep *Quality Function Deployment* (QFD) dikembangkan untuk menjamin produk yang memasukkan tahap produksi benar-benar akan memuaskan apa yang pelanggan harapkan dengan jalan membentuk suatu tingkatan kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimal pada tiap tahap pengembangan produk. Dickinson (1995), *Quality Function Deployment* (QFD) memusat pada peningkatan dalam proses pengembangan produk yang menyediakan suatu cara yang sistematis untuk mengidentifikasi dan menyertakan data dari *Voice of Customers* dan itu merupakan strategi dari perusahaan.

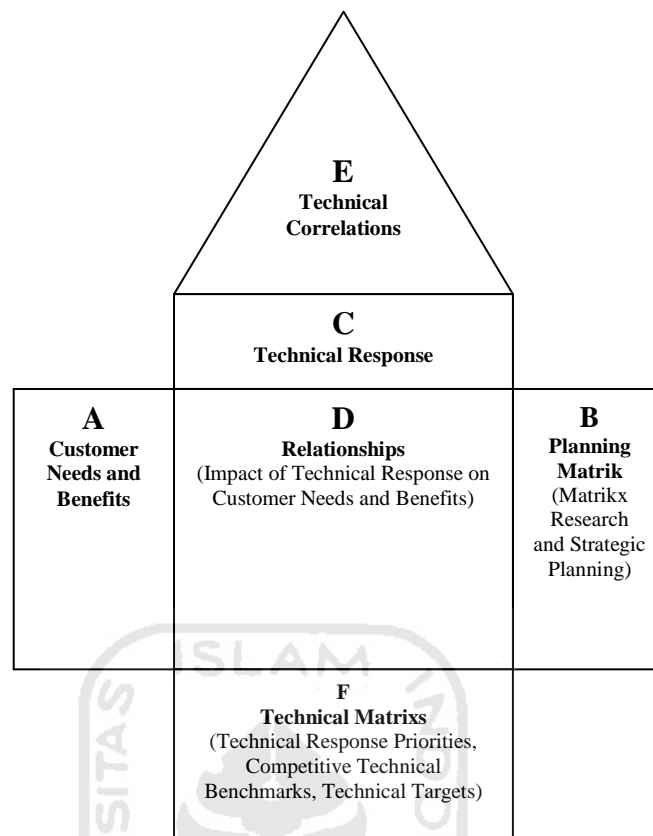
Fokus utama *Quality Function Deployment* (QFD) adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasari adalah pelanggan tidak akan merasa puas pada suatu produk yang dihasilkan sudah sempurna bila pelanggan tidak menginginkan atau membutuhkannya.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu cara atau praktik dimana merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap *Voice of Customer*. *Quality Function Deployment* (QFD) memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum.

Cohen (1995), terdapat 4 fase dalam proses pengembangan *Quality Function Deployment* (QFD), yaitu:

- a. Matrik Perencanaan Produk (*House Of Quality*)
- b. Matrik Perencanaan Part (*Part Deployment*)
- c. Matrik perencanaan Proses (*Process Planning*)
- d. Matrik Perencanaan Manufaktur/Produksi (*Manufacturing/Production Planning*)

Miguel (2005) menyatakan bahwa dalam struktur *Quality Function Deployment* (QFD) terdapat suatu matrik untuk menggambarkan/merancang tindakan perbaikan yang perlu dilakukan, matrik ini sering disebut *House Of Quality* (Rumah Kualitas). Pendekatan Matrik *House of Quality* (HOQ) digunakan dalam representasi dari QFD, menurut Gaspersz (2001), digunakan oleh tim dari berbagai bidang untuk menerjemahkan persyaratan konsumen (*customer requirement*), hasil riset pasar dan *benchmarking* data kedalam sejumlah target teknis prioritas. Cohen (1995), Bentuk umum dari matriks ini terdiri atas enam komponen utama sebagai berikut:



Gambar 1.2 The *Quality Function Deployment* (QFD) House Of Quality

Keterangan :

A : *Customer Needs and Benefits* berisi tentang *Voice of customer (Whats)* dan daftar persyaratan terstruktur yang berasal dari persyaratan konsumen.

B : *Planning matriks (Matrik Research and Strategic Planning)*, menggambarkan persepsi konsumen yang diamati dalam survei pasar termasuk kepentingan relatif dari persyaratan konsumen, perusahaan, kinerja perusahaan dan pesaing dalam memenuhi persyaratan tersebut.

C : *Technical response* (Hows), berisi daftar karakteristik produk terstruktur yang relevan dengan persyaratan konsumen dan terukur.

D : *Relationships (Impact of Technical Response on Customer Needs and Benefits)*, menggambarkan persepsi tim QFD mengenai keterkaitan antara technical dan customer requirement. Skala yang cocok diterapkan dan digambarkan dengan simbol sebagai berikut :

- = melambangkan hubungan kuat
- = melambangkan hubungan sedang
- Λ = melambangkan hubungan lemah

E : *Technical correlation* digunakan untuk mengidentifikasi dimana *technical requirement* saling mendukung atau saling mengganggu satu dengan yang lainnya didalam disain produk.

F : *Technical Matrixs (Technical Response Priorities, Competitive Technical Benchmarks, Technical Targets)*, digunakan untuk mencatat prioritas yang ada pada matriks technical requirement, mengukur kinerja teknik yang diperoleh oleh produk pesaing dan tingkat kesulitan yang timbul dalam mengembangkan requirement. Output akhir dari matriks adalah nilai target untuk setiap technical requirement.

Langkah-langkah dalam menyusun atau membuat *Quality Function Deployment* (QFD), yaitu:

- a. Mengidentifikasi pelanggan.

Perusahaan harus dapat mengenali pelanggan karena pelanggan merupakan alat dalam pengembangan suatu produk lebih lanjut.

- b. Menentukan kebutuhan/keinginan pelanggan.

Dari *Voice Of Customer*, perusahaan akan dapat mengembangkan produk karena kebutuhan/apa yang pelanggan ingin dapat ditentukan.

- c. Menentukan persoalan mutu yang dikehendaki.

Perusahaan dapat mengembangkan produk/jasa dengan mutu yang pelanggan inginkan.

- d. Menentukan kepentingan relative persoalan mutu yang dikehendaki.

Perusahaan akan menentukan mana atribut yang lebih penting dan mana yang kurang penting dari persoalan mutu yang dikehendaki. Hal ini dapat dilakukan dengan cara wawancara atau kuisisioner/angket.

- e. Menentukan ciri khas mutu atau atribut produk/jasa.

Menentukan apa yang produk/jasa punya sehingga menjadikan suatu ciri khas dari produk/jasa itu.

- f. Membuat bagan/matrik *Quality Function Deployment* (QFD).

Dalam bagan *Quality Function Deployment* (QFD), persoalan mutu yang dikehendaki digambarkan secara vertical sebelah kiri dan atribut produk/jasa yang digambarkan horizontal di bagian atas.

- g. Menentukan kepentingan teknis.

Menentukan mana atribut yang paling penting dan mana yang kurang penting dengan memberikan rangking berdasarkan jumlah yang diperoleh pada masing-masing produk/jasa.

- h. Evaluasi pembandingan.

Melakukan evaluasi dengan membandingkan dengan produk/jasa lain.

2.6 Langkah Menyusun Kuisisioner

Angelia (2009), Langkah-langkah dalam menyusun angket yaitu:

- a. Menetapkan sebuah konstrak.

Membuat suatu batasan mengenai variable yang akan diukur.

- b. Menetapkan faktor-faktor dan mencoba menemukan unsur-unsur yang ada pada sebuah kontrak.

Faktor pada dasarnya adalah perincian lebih lanjut dari sebuah kontrak. Misal, untuk mengukur perilaku pelanggan terhadap produk, faktor yang bisa dinyatakan harga produk, kualitas produk, promosi produk, dll.

- c. Menyusun butir-butir pertanyaan.

Mencoba menjabarkan sebuah faktor lebih lanjut dalam berbagai pertanyaan yang langsung berinteraksi dengan pengisian angket.

2.7 Uji Validitas

Validitas merupakan kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut (Irma, 2006). Kesahihan/validnya suatu kuisisioner dinyatakan dalam tingkat kemampuan butir-butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut untuk mengukur faktor apa yang akan diukur dari butir pernyataannya. Analisis validitas butir dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan telah mengungkap faktor yang akan diselidiki sesuai keadaan populasinya. Sebuah butir pernyataan dikatakan valid jika korelasi butir dengan faktor bertambah dan peluang ralat (p) dari korelasi tersebut maksimal 5%. Langkah-langkah yang dilakukan untuk analisis validitas yaitu:

1. Menghitung *Score Factor* dengan jumlah skor butir dalam faktor.
2. Menghitung korelasi momen jangkar antar skor butir (x) dengan skor faktor (y).

Rumus untuk menghitung korelasi momen jangkar yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Korelasi Momen Jangkar

N = Jumlah Responden

$\sum X$ = Jumlah Skor Butir (x)

$\sum y$ = Jumlah Skor Faktor (y)

$\sum X^2$ = Jumlah Skor Butir (x) kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah Skor Faktor (x) kuadrat

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian antara Jumlah Skor Butir (x) dengan Jumlah Skor Faktor (y)

- Menghitung korelasi bagian total

Tujuannya untuk mengoreksi momen jangkar (R_{xy}) menjadi momen total (rqp). Korelasi ini diperlukan karena akan mengoreksi momen jangkar antara skor butir akan menghasilkan korelasi yang terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena dalam variasi skor faktor sebagai skor bagian bukan sebagai skor total. Pada prinsipnya korelasi antara skor bagian dengan skor total seperti antara skor butir dengan skor faktor yang sedang dikerjakan harus dikoreksi menjadi korelasi bagian total. Rumus yang dipakai untuk menghitung korelasi bagian total adalah:

$$rpq = \frac{(rxy)(SB_y) - SB_x}{\sqrt{\sum(SB_x^2)(SB_y^2) - 2(rxy)(SB_x)(SB_y)}}$$

Keterangan:

rpq = Koefisiensi korelasi bagian total

rxy = Korelasi momen jangkar

SBx = Simpang baku skor butir

SB_y = Simpang baku skor faktor

Rumus menghitung simpangan baku:

$$SB = \sqrt{\frac{JK}{N}}$$

Keterangan:

SB = Simpang Baku

JK = Jumlah Kuadrat

N = Jumlah Data

Sedangkan untuk menghitung jumlah kuadrat yaitu:

$$JK = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

Uji dalam membuat signifikansi korelasi bagian total yaitu dengan menguji signifikansi rpq . Derajat bebas (df) yang digunakan untuk menguji rpq adalah $N-2$. Uji signifikansi yang digunakan adalah uji signifikansi satu ekor. Dalam statistik, jika hipotesis yang diuji (skor butir berkorelasi bertambah dengan skor faktor) adalah hipotesis alternatif terarah, uji signifikansi satu ekor. Peluang ralat (p) dari korelasi tersebut maksimal 5%.

Bila dari uji signifikansi terdapat satu butir yang gugur maka harus menggunakan putaran analisis selanjutnya. Untuk memperoleh keakuratan

hasil dalam perhitungan dan untuk menghemat waktu, maka validitas dilakukan dengan menggunakan software MS Excel dan SPSS.

2.8 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk menunjukkan kemantapan/stabilitas hasil pengamatan bila digunakan/diukur dengan instrument tersebut dalam waktu-waktu selanjutnya dengan kondisi sesuatu yang diukur tidak berubah. Pada prinsipnya ada dua cara dalam melakukan uji reabilitas, yaitu:

1. Melalui ukur ulang (*repeated measures*)

Yaitu melakukan pengukuran lebih dari satu kali dalam jarak waktu tertentu dan membandingkan hasil pengukuran pertama dengan hasil pengukuran kedua, ketiga dan seterusnya.

2. Melalui ukur sekali (*one shot*)

Pengukuran dilakukan sekali melalui contoh butir-butir yang dipetik dari parameter/populasi butir dan membandingkan hasil pengukuran butir contoh yang satu dengan yang lain.

Persamaan korelasi Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left(\frac{V_t - V_x}{V_t} \right) = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{V_x}{V_t} \right)$$

Dimana:

V_x = Variansi butir-butir

V_t = Variansi total (factor)

M = Jumlah butir

Derajat bebas (df) untuk menguji signifikansi r_{tt} yaitu $df = N-2$, dimana N = jumlah subjek. Variansi menurut definisi adalah bilangan simpang baku dalam kuadrat, digunakan rumus:

$$V = SB^2$$

Dimana untuk menghitung SB (Simpang Baku) digunakan rumus:

$$SB = \sqrt{\frac{JK}{N-1}}$$

Rumus untuk menghitung JK (Jumlah Kuadrat) yaitu:

$$JK = \sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}$$

Uji keandalan dapat dilakukan setelah hasil satu butir dinyatakan valid. Jika ada sebuah butir yang tidak valid berarti tidak dapat dilakukan uji keandalan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah bentuk pelayanan jasa hiburan yang diberikan oleh *Planet Pool Center* yang merupakan salah satu produk layanan hiburan yang berlokasi di Jln. Urip Sumoharjo No. 139 Yogyakarta.

3.2 Data Yang Dibutuhkan

a. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh dari pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap konsumen, meliputi :

1. Data keinginan konsumen terhadap bentuk pelayanan yang diberikan oleh *Planet Pool Center* kepada pelanggan.
2. Data atribut konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan jasa kepada konsumen yang diberikan oleh Planet Pool Centre.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh diluar informasi dari perusahaan yang terdiri atas :

1. Sumber pustaka/literatur yang berhubungan dengan kasus yang diteliti.
2. Telaah hasil penelitian sejenis yang pernah dilakukan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung keadaan, kegiatan, cara kerja dan pencatatan.

b. Penyebaran kuisisioner

Merupakan daftar pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi tentang penilaian atribut kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh KA Prameks kepada pelanggan.

c. Wawancara

Merupakan pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung tentang masalah yang terkait dengan penelitian baik dengan konsumen sebagai responden maupun dengan pihak perusahaan.

d. Kajian pustaka

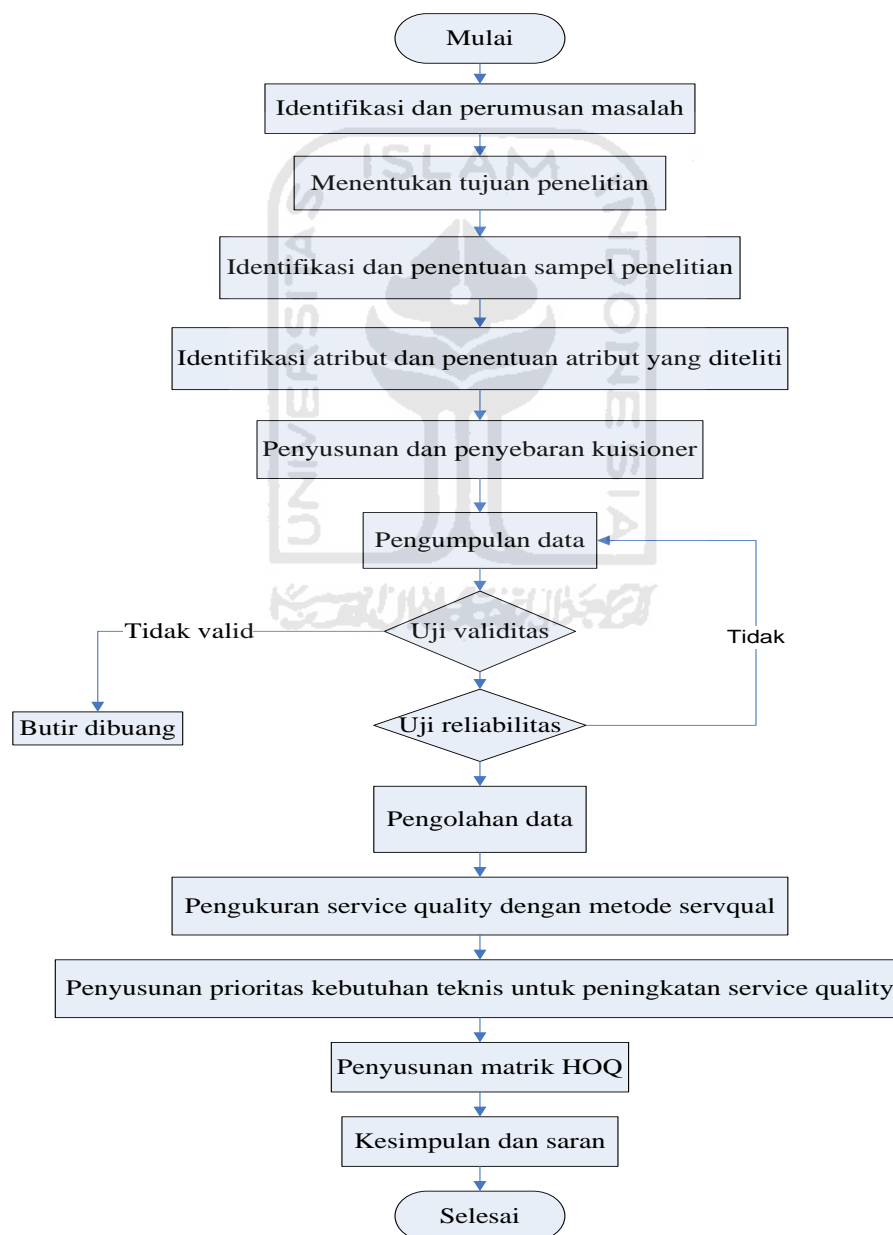
Perlunya kajian dan penelitian pustaka/literatur dikarenakan masih dibutuhkannya informasi lain selain data dari penelitian lapangan yang didapat dari buku-buku, jurnal ataupun informasi yang lain. Kajian pustaka ini digunakan mendapatkan gambaran mengenai teori dasar yang dapat diterapkan dalam penelitian yang sesungguhnya sehingga didapat hasil penelitian yang ilmiah.

3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan pengukuran dan analisa *quality service* dengan metode servqual dan dibuat diagram kartesius. Kemudian dilakukan penyusunan kebutuhan teknis untuk meningkatkan *quality service*. Langkah berikutnya adalah merancang perbaikan *quality* dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD) House Of Quality(HOQ)* beserta analisisnya. Dari hasil tersebut maka akan dilakukan pembahasan dari perancangan perbaikan yang ada pada

matrik *House Of Quality*. Dari hasil pembahasan tersebut, maka dapat dibuat kesimpulan dan saran mengenai hasil penelitian. Kesimpulan merupakan intisari hasil penelitian dan Saran berguna sebagai rekomendasi bagi penelitian selanjutnya. Kesimpulan dan saran telah dibuat, maka penelitian telah selesai dilakukan.

3.5 Kerangka Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Pengumpulan Data

Merupakan penjelasan secara garis besar mengenai data perusahaan secara umum dan data yang nantinya akan digunakan dalam pengolahan data. Didalam penelitian ini menggunakan data yang didapat dari kuesioner.

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PPC (*Planet Pool Centre*) berdiri pada 8 April 2006 dan terletak di Jl. Urip Sumoharjo No. 139 Yogyakarta. Perusahaan ini bergerak dalam bidang industri jasa hiburan yang menyewakan arena/meja bermain bilyard. Pemiliknya bernama Polim Tito yang dulu nya adalah seorang atlet bilyard dan mempunyai cita – cita untuk memiliki arena bilyard sendiri.

Tujuan dari didirikannya perusahaan ini adalah untuk menyalurkan hobby dan membina atlet – atlet berbakat serta memajukan bilyard di Yogyakarta. PPC memiliki 50 meja yang masing – masing berada di lantai 1 berjumlah 15 meja, lantai 2 berjumlah 18 meja dan lantai 3 berjumlah 17 meja. PPC juga memiliki 10 atlet binaan dan beberapa diantaranya telah menjadi atlet PORDA DIY.

Untuk jam buka PPC yaitu pukul 11.30 sampai dengan pukul 03.00 dengan 2 sift kerja dan total karyawan berjumlah 25 orang.

4.1.2 Deskripsi Data

Kuesioner yang penulis sebarakan kepada para responden terdiri atas pertanyaan yang mencakup beberapa aspek variabel berikut ini:

- a. Tangible (hal-hal secara fisik)
- b. Reliability (keandalan)
- c. Responsiveness (daya tanggap)
- d. Assurance (jaminan)
- e. Emphaty (kemudahan dalam melakukan hubungan)

4.2 Pengolahan Data

Dari data yang diperoleh dari distributor tersebut akan dilakukan pengolahan dan perhitungan data.

4.2.1 Uji kecukupan Data

Jumlah sampel untuk pelanggan ditentukan dengan rumus (Supranto, 1992) :

$$E = 1,645 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Dimana : E = Error

P = Proporsi sampel

N = Jumlah sampel

Supranto (1992) dalam Prasesti Widrisari Angelia (2009), jumlah pelanggan ditentukan dengan rumus:

$$n = p(1-p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, maka p(1-p) juga tidak diketahui, tetapi p selalu diantara 0 sampai 1 dengan p maksimum, maka :

$$F(p) = p-p^2$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} = 1-2p$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{d(p)} = 0$$

$$0 = 1-2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Harga maksimal $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0,5(1-0,5) = 0,25$, sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan sebesar 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah :

$$n = p(1-p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$n = 0,5(1-0,5) \left(\frac{1,645}{0,1} \right)^2$$

$$n = 67,65 \approx 68 \text{ responden}$$

Data yang didapat ($N=70$) $>$ 68, maka data cukup.

4.2.2 Uji Validitas Data

Pengujian instrument pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan dan keandalan dari masing-masing butir pertanyaan yang ditanyakan kepada konsumen. Pengujian validitas dan realibilitas kuesioner dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 70 orang. Pengujian ini dilakukan menggunakan program SPSS 15 dengan menggunakan korelasi Bivariate Pearson.

Perhitungan uji validitas untuk tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1 Tabel uji validitas harapan tiap atribut

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	Kebersihan Planet Pool Center	0.372	0.235	Valid
2	Kebersihan Ruang Tunggu	0.378	0.235	Valid
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	0.371	0.235	Valid
4	Penataan Ekterior Dan Interior	0.431	0.235	Valid
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	0.379	0.235	Valid
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	0.363	0.235	Valid
7	Keramahan Pelayanan	0.386	0.235	Valid
8	Kecekatan Petugas Penata Bola	0.410	0.235	Valid
9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	0.281	0.235	Valid
10	Ketersediaan Informasi Layanan Dan Fasilitas	0.367	0.235	Valid
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	0.363	0.235	Valid
12	Fasilitas Penunjang	0.495	0.235	Valid
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	0.349	0.235	Valid
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	0.358	0.235	Valid
15	Keamanan Planet Pool Center	0.334	0.235	Valid
16	Kualitas Pelayanan Pegawai	0.363	0.235	Valid
17	Harga Yang Terjangkau	0.400	0.235	Valid
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	0.375	0.235	Valid
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	0.465	0.235	Valid
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	0.296	0.235	Valid

Tabel 4.2 Tabel uji validitas kinerja tiap atribut

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	Kebersihan Planet Pool Center	0.378	0.235	Valid
2	Kebersihan Ruang Tunggu	0.459	0.235	Valid
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	0.275	0.235	Valid
4	Penataan Ekterior Dan Interior	0.449	0.235	Valid
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	0.335	0.235	Valid
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	0.377	0.235	Valid
7	Keramahan Pelayanan	0.245	0.235	Valid
8	Kecekatan Petugas Penata Bola	0.344	0.235	Valid
9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	0.422	0.235	Valid
10	Ketersediaan Informasi Layanan Dan Fasilitas	0.328	0.235	Valid
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	0.538	0.235	Valid
12	Fasilitas Penunjang	0.380	0.235	Valid
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	0.500	0.235	Valid
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	0.469	0.235	Valid
15	Keamanan Planet Pool Center	0.427	0.235	Valid
16	Kualitas Pelayanan Pegawai	0.435	0.235	Valid
17	Harga Yang Terjangkau	0.432	0.235	Valid
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	0.373	0.235	Valid
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	0.296	0.235	Valid
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	0.296	0.235	Valid

Tabel 4.3 Tabel uji validitas tingkat kepentingan tiap atribut

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	Kebersihan Planet Pool Center	0.345	0.235	Valid
2	Kebersihan Ruang Tunggu	0.656	0.235	Valid
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	0.417	0.235	Valid
4	Penataan Ekterior Dan Interior	0.442	0.235	Valid
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	0.299	0.235	Valid
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	0.317	0.235	Valid
7	Keramahan Pelayanan	0.638	0.235	Valid
8	Kecekatan Petugas Penata Bola	0.476	0.235	Valid
9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	0.651	0.235	Valid
10	Ketersediaan Informasi Layanan Dan Fasilitas	0.402	0.235	Valid
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	0.428	0.235	Valid
12	Fasilitas Penunjang	0.583	0.235	Valid
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	0.471	0.235	Valid
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	0.312	0.235	Valid
15	Keamanan Planet Pool Center	0.520	0.235	Valid
16	Kualitas Pelayanan Pegawai	0.727	0.235	Valid
17	Harga Yang Terjangkau	0.682	0.235	Valid
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	0.401	0.235	Valid
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	0.426	0.235	Valid
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	0.480	0.235	Valid

Dari hasil uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan yang di jawab oleh responden untuk r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan jumlah data (n) =

70, maka di dapat r tabel sebesar 0.235. jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan dikatakan valid.

4.2.3 Uji Reliabilitas Data

Setelah melakukan uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Dengan uji ini dapat di ketahui apakah butir-butir pertanyaan dari kuesioner tersebut reliabel yaitu apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Pengukuran dilakukan menggunakan program SPSS 17 dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Tabel 4.4 Tabel uji reliabilitas harapan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	20

Tabel 4.5 Tabel uji reliabilitas kinerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	20

Tabel 4.6 Tabel uji reliabilitas tingkat kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	20

Dari table 4.4, 4.5 dan 4.6 nilai Cronbach's Alpha adalah 0.677, 0.675, 0.842 dan syarat suatu butir-butir atribut yang ditanyakan dinyatakan reliabel adalah $> 0,6$. Sehingga seluruh butir-butiratribut yang ditanyakan reliabel.

4.3 Perhitungan Data dengan Menggunakan Metode Servqual

4.3.1 Identifikasi Gap Skor dengan Metode Servqual

Identifikasi kebutuhan atau keinginan pelanggan merupakan langkah awal dalam analisis dan pengamatan. Identifikasi kebutuhan pelanggan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat prioritas kebutuhan pelanggan inginkan dari pelayanan yang pihak perusahaan berikan, prioritas keinginan pelanggan ini akan dijadikan tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan *service quality*. Dalam identifikasi kebutuhan pelanggan ini akan diketahui seberapa besar kesenjangan/gap yang terjadi. Hasil dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Table 4.7 tabel mean Harapan, Kinerja dan Gap Tiap Atribut

No	Daftar Pertanyaan	Harapan	Kinerja	Gap
Tangibles				
1	Kebersihan Planet Pool Center	4.6	3.7	-0.9
2	Kebersihan Ruang Tunggu	4.543	3.929	-0.614
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	4.5	3.829	-0.671
4	Penataan Ekterior Dan Interior	4.628	3.885	-0.743
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	4.521	4.014	-0.507
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	4.543	3.8	-0.743
mean		4.555833333	3.8595	0.696333
Reliability				
7	Keramahan Pelayanan	4.914	4.043	-0.871
8	Kecekatan Petugas Penata Bola	4.543	3.843	-0.7

9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	4.586	3.857	-0.729
10	Ketersedian Informasi Layanan Dan Fasilitas	4.529	4.086	-0.443
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	4.571	4.114	-0.457
12	Fasilitas Penunjang	4.543	3.857	-0.686
mean		4.614333333	3.966667	0.647667
Responsiveness				
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	4.51	3.86	-0.65
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	4.485	3.971	-0.514
mean		4.4975	3.9155	-0.582
Assurance				
15	Keamanan Planet Pool Center	4.614	3.857	-0.757
16	Kualitas Pelayanan Pegawai	4.829	3.857	-0.972
17	Harga Yang Terjangkau	4.5	3.8	-0.7
mean		4.647666667	3.838	0.809667
Emphaty				
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	4.529	3.843	-0.686
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	4.571	3.857	-0.714
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	4.586	3.9	-0.686
mean		4.562	3.866667	0.695333

Dari masing-masing dimensi tersebut diambil nilai rata-rata harapan, kinerja, dan kesenjangan, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 4.8 tabel mean Harapan, Kinerja dan Gap Tiap Dimensi

no	Dimensi	kinerja (P)	harapan (E)	Gap
1	Tangible	3.859	4.555	-0.696
2	Realibility	3.966	4.614	-0.648

3	Responsiveness	3.915	4.497	-0.582
4	Assurance	3.838	4.467	-0.629
5	Emphaty	3.866	4.562	-0.696
	mean	3.8888	4.539	-0.6502

Untuk mengetahui kualitas yang telah di berikan maka di gunakan rumus :

$$\text{Kualitas (Q)} = \frac{\text{Penilaian (p)}}{\text{Harapan (E)}}$$

Jika kualitas ($Q \geq 1$) maka kualitas pelayanan dikatakan baik. Berdasarkan harapan dan penilaian yang diperoleh untuk tiap dimensi, maka penggolongan kualitas untuk tiap dimensi dapat dilihat dari tabel berikut :

Table 4.9 tabel kualitas pelayanan tiap dimensi

no	Dimensi	kinerja (P)	harapan (E)	Q=P/E
1	Tangible	3.859	4.555	0.847200878
2	Realibility	3.966	4.614	0.859557867
3	Responsiveness	3.915	4.497	0.870580387
4	Assurance	3.838	4.467	0.859189613
5	Emphaty	3.866	4.562	0.847435335
	mean	3.8888	4.539	0.856792816

4.3.2 Diagram Kartesius

Diagram kartesius untuk tiap atribut dalam tiap dimensi pada Planet Pool Center.

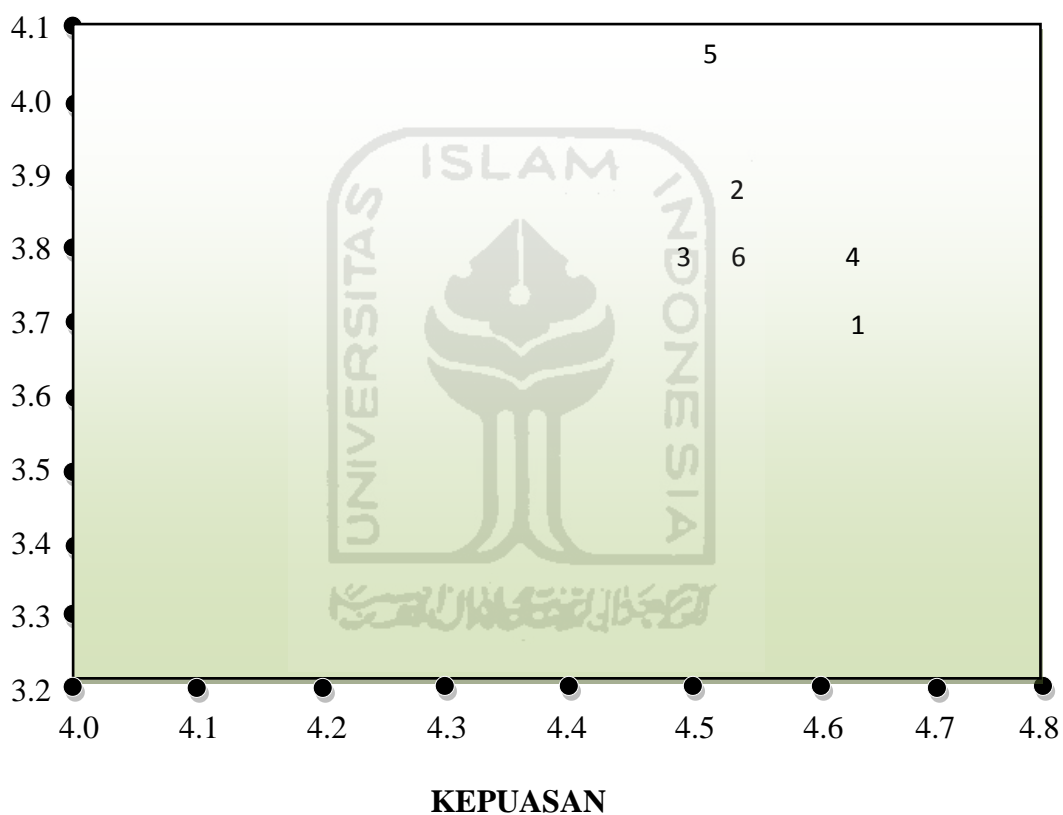
a. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 4.10 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Pada Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Kebersihan Planet Pool Center	3.7	4.6
2	Kebersihan Ruang Tunggu	3.929	4.543

3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	3.829	4.5
4	Penataan Ekterior Dan Interior	3.885	4.628
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	4.014	4.521
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	3.8	4.543
<i>Mean</i>		3.8595	4.5558

KEPENTINGAN



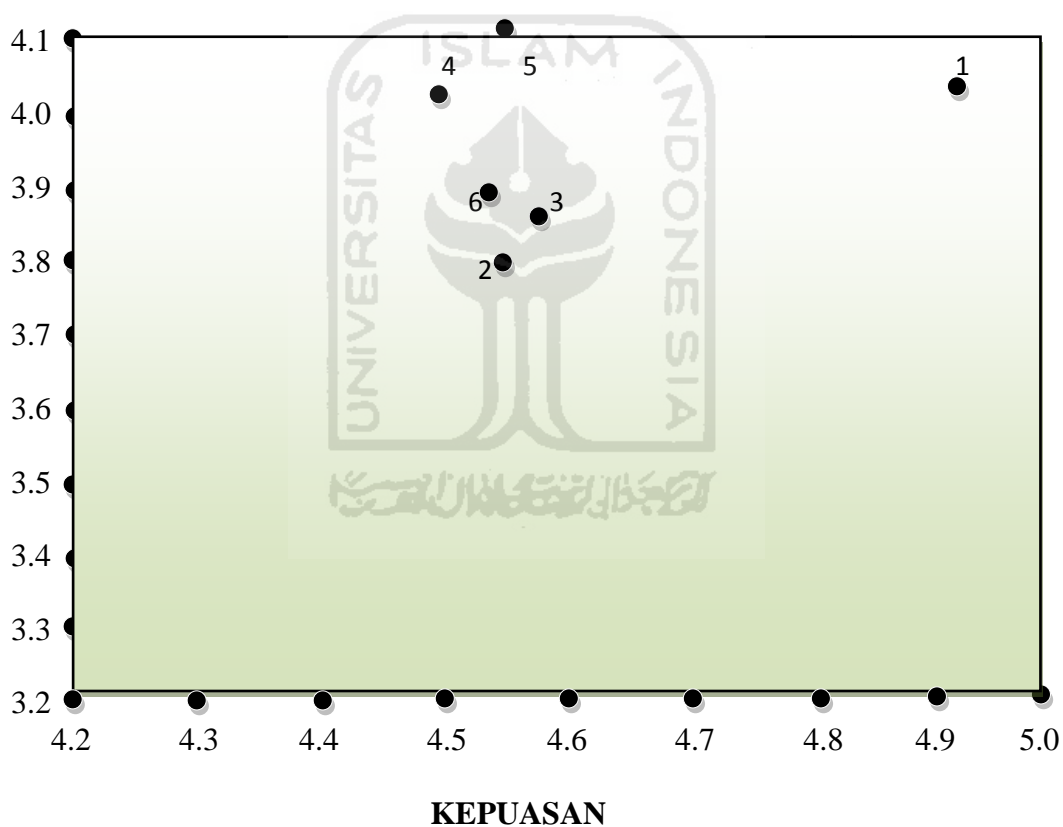
Gambar 4.2 Diagram Kartesius Dimensi Fisik (*Tangible*)

b. Keandalan (*Reliability*)

Tabel 4.11 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Pada Dimensi Keandalan (*Reliability*)

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Keramahan Pelayanan	4.043	4.914
2	Kecekatan Petugas Penata Bola	3.843	4.543
3	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	3.857	4.586
4	Ketersedian Informasi Layanan Dan Fasilitas	4.086	4.529
5	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	4.114	4.571
6	Fasilitas Penunjang	3.857	4.543
<i>Mean</i>		3.966667	4.614333333

KEPENTINGAN



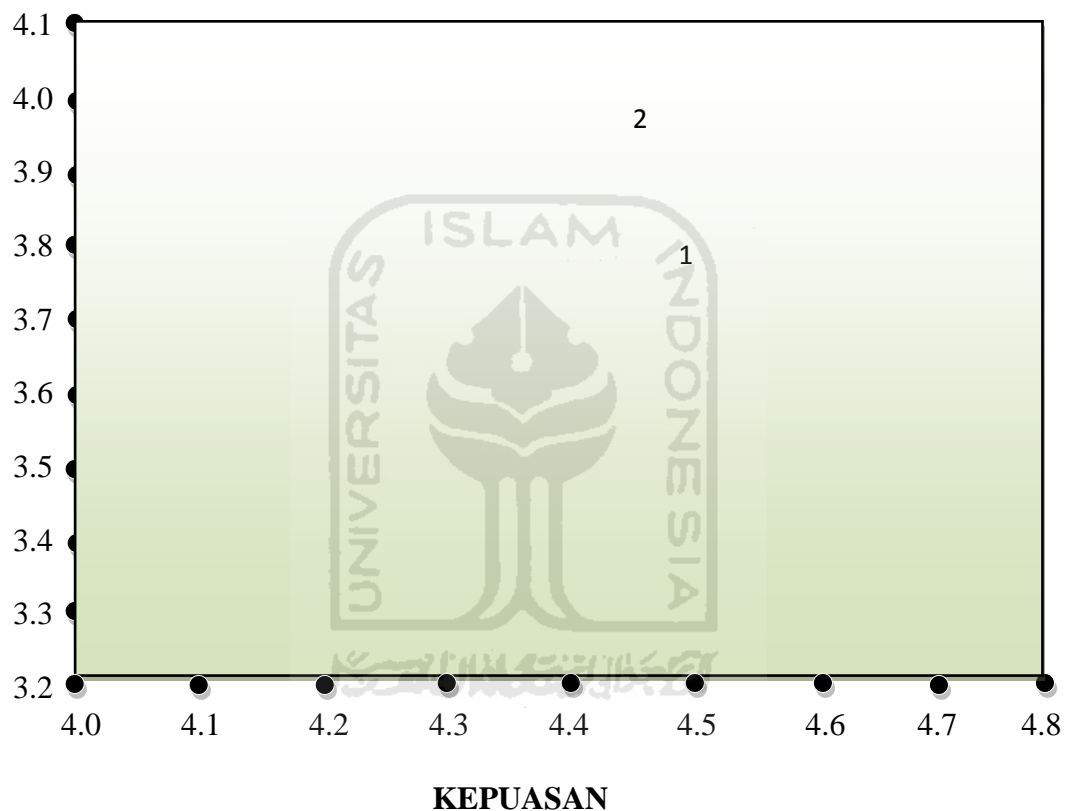
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Kehandalan (*Reliability*)

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.12 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Pada Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	3.86	4.51
2	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	3.971	4.485
<i>Mean</i>		3.9155	4.4975

KEPENTINGAN



Gambar 4.4 Diagram Kartesius Daya Tanggap (*Responsiveness*)

d. Jaminan (*Assurance*)

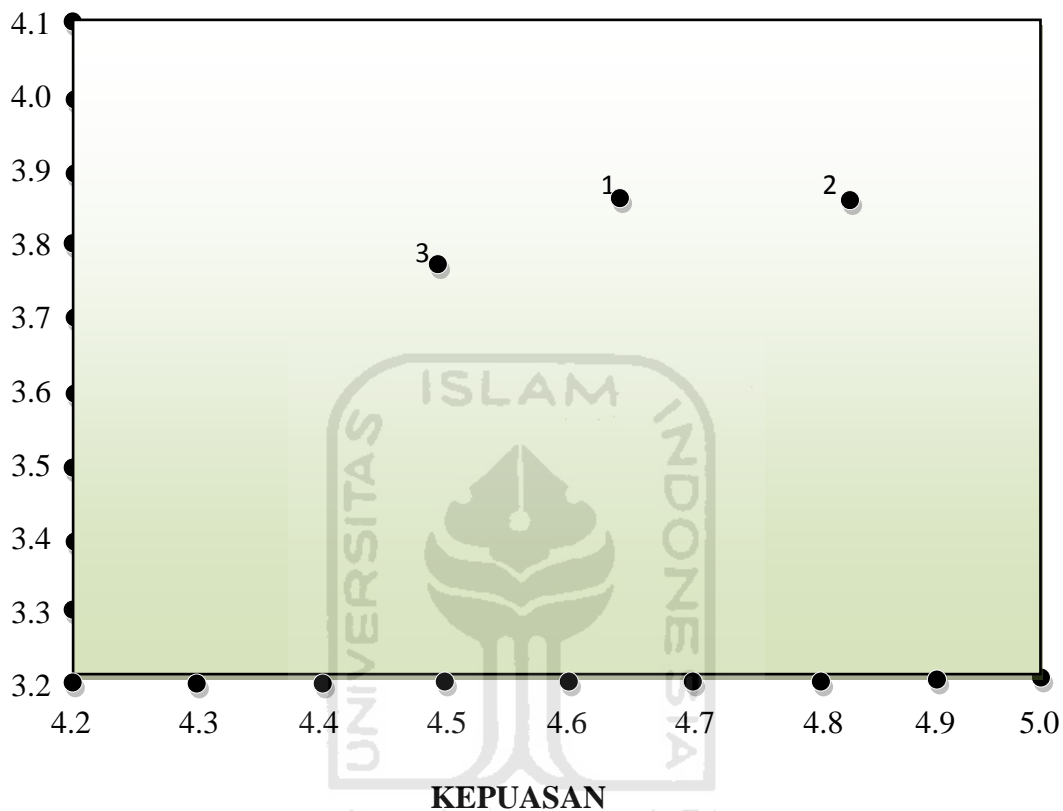
Tabel 4.13 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Pada Dimensi Jaminan

(*Assurance*)

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Keamanan Planet Pool Center	3.857	4.614
2	Kualitas Pelayanan Pegawai	3.857	4.829

3	Harga Yang Terjangkau	3.8	4.5
<i>Mean</i>		3.838	4.647

KEPENTINGAN



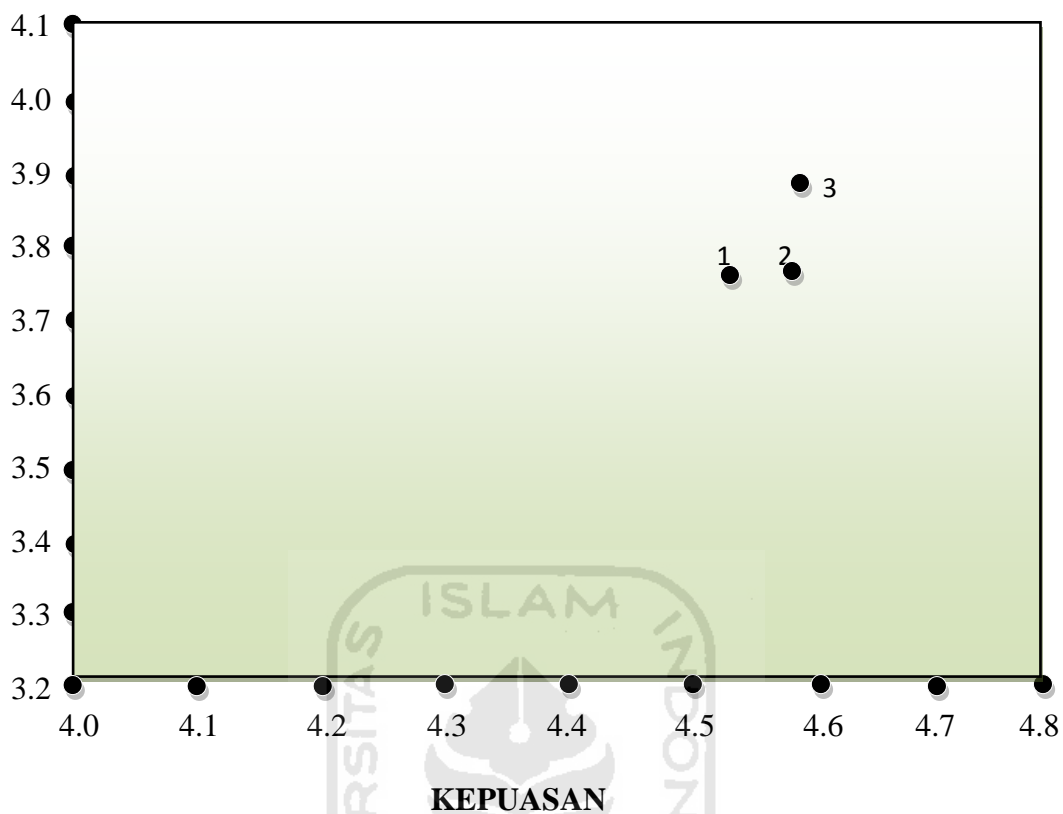
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Jaminan (*Assurance*)

e. Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.14 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Pada Dimensi Empati (*Emphaty*)

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	3.843	4.529
2	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	3.857	4.571
3	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	3.9	4.586
<i>Mean</i>		3.8667	4.562

KEPENTINGAN



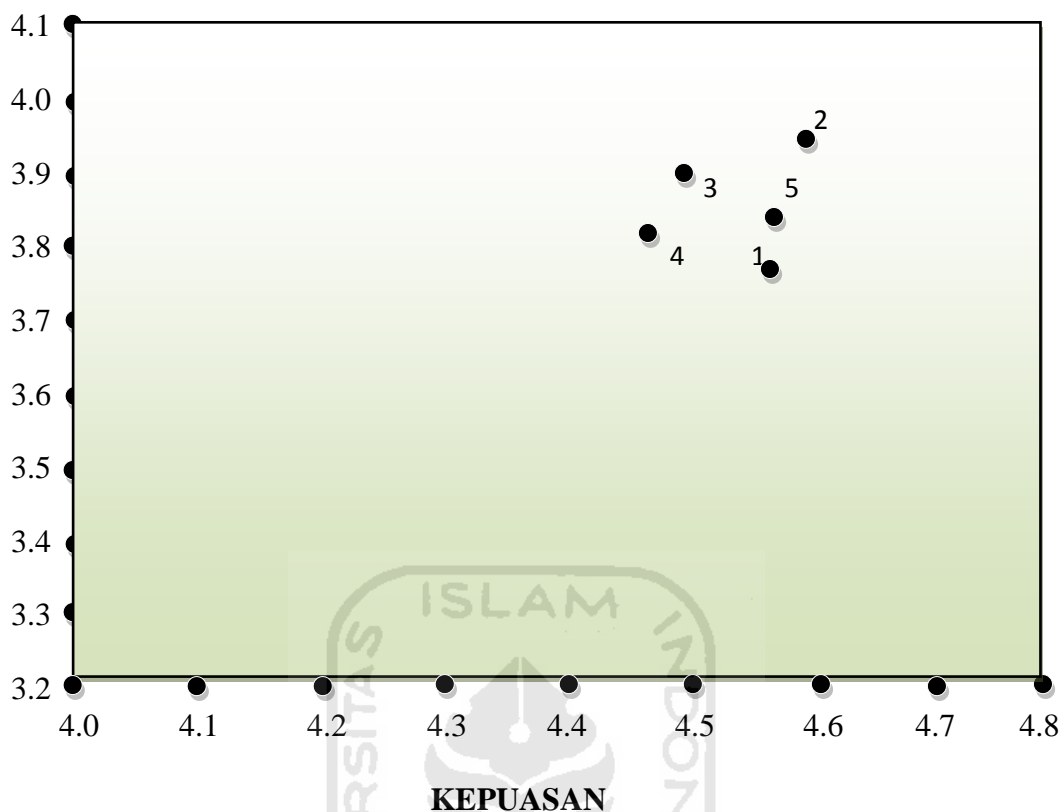
Gambar 4.6 Diagram Kartesius Empati (*Emphaty*)

Dari diagram kartesius diatas maka dapat dibuat diagram kartesius untuk semua dimensi layanan. Gambar 4.15 akan menggambarkan diagram kartesius untuk semua dimensi layanan.

Tabel 4.15 Rata-Rata Kepuasan Dan Harapan Semua Dimensi Layanan

No	Atribut	Kepuasan/Penilaian Y	Harapan/Kepentingan X
1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	3.859	4.555
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	3.966	4.614
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3.915	4.497
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3.838	4.467
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	3.866	4.562
<i>Mean</i>		3.8888	4.539

KEPENTINGAN



Gambar 4.7 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan

4.4 Perhitungan Data dengan Menggunakan Metode *Quality Function*

Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) adalah suatu metode untuk pengembangan dan perencanaan produk yang tersusun serta memungkinkan dilakukan pengembangan lebih lanjut untuk menetapkan dengan jelas kekurangan pelanggan dan kebutuhan yang diinginkan, dan kemudian untuk mengevaluasi masing-masing produk/jasa terhadap layananyang secara sistematis berpengaruh pada kebutuhan tersebut (Cohen., 1995). *Quality Function Deployment (QFD)* memusat pada peningkatan dalam proses pengembangan produk yang menyediakan suatu cara yang sistematis untuk mengidentifikasi dan menyertakan data dari *Voice of Customers* dan itu merupakan startegi dari perusahaan.

Fokus utama *Quality Function Deployment* (QFD) adalah melibatkan pelanggan pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasari adalah pelanggan tidak akan merasa puas pada suatu produk yang dihasilkan sudah sempurna bila pelanggan tidak menginginkan atau membutuhkannya.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu cara atau praktik dimana merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap *Voice of Customer*. *Quality Function Deployment* (QFD) memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum.

Paulo A. Cauchick Miguel (2005) menyatakan bahwa dalam struktur *Quality Function Deployment* (QFD) terdapat suatu matrik untuk menggambarkan/merancang tindakan perbaikan yang perlu dilakukan, matrik ini sering disebut *House Of Quality* (Rumah Kualitas).

Pendekatan Matrik *House of Quality* (HOQ) digunakan dalam representasi dari QFD, menurut Gaspersz (2001), digunakan oleh tim dari berbagai bidang untuk menerjemahkan persyaratan konsumen (*customer requirement*), hasil riset pasar dan *benchmarking* data kedalam sejumlah target teknis prioritas.

4.4.1 Importance-Performance Analisis (IPA)

Sebelum melangkah dari Servqual ke QFD, terlebih dahulu digunakan bantuan *Importance-Performance Analisis* (IPA) untuk memperoleh faktor-faktor yang berpengaruh pada hasil yang diperoleh dari dimensi servqual. Hasil

yang diperoleh dari *Importance-performance Analisis* digunakan dalam membuat tabelmatrix kebutuhan konsumen.

Tabel 4.16 Data antara Kinerja dan Kepentingan

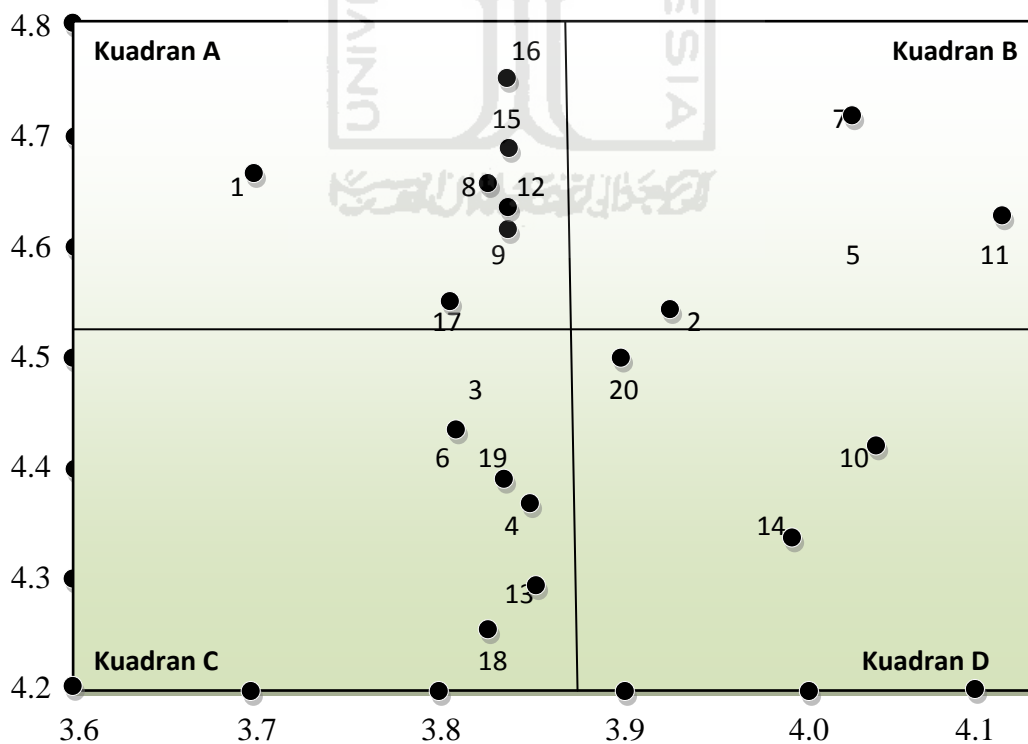
no	Atribut Layanan	Kepuasan	kepentingan
1	Kebersihan Planet Pool Center	3.7	4.671
2	Kebersihan Ruang Tunggu	3.929	4.543
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Center	3.829	4.486
4	Penataan Ekterior Dan Interior	3.885	4.371
5	Sarana Hiburan Di Arena Bermain	4.014	4.586
6	Sarana Hiburan Di Ruang Tunggu	3.8	4.457
7	Keramahan Pelayanan	4.043	4.714
8	Kecekatan Petugas Penata Bola	3.843	4.657
9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat	3.857	4.557
10	Ketersedian Informasi Layanan Dan Fasilitas	4.086	4.443
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	4.114	4.643
12	Fasilitas Penunjang	3.857	4.543
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul	3.86	4.29
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung	3.971	4.343
15	Keamanan Planet Pool Center	3.857	4.671
16	Kualitas Pelayanan Pegawai	3.857	4.729

17	Harga Yang Terjangkau	3.8	4.586
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)	3.843	4.286
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain	3.857	4.343
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu	3.9	4.514
mean		3.8951	4.522

4.4.1.1 Diagram Kartesius Tingkat Kepentingan dengan Konsep IPA

KEPENTINGAN

$$\bar{y} = 4.522$$



$$\bar{x} = 3.8951$$

KEPUASAN

Keterangan:

- a. Kuadran A : Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut- atribut ini belum sesuai yang diharapkan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Di wilayah ini perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus agar *performancedalam* kuadran ini meningkat. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut nomor 1, 8, 9, 12, 15, 16, 17.
- b. Kuadran B, Wilayah yang memuat atribut - atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut – atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut nomor 2, 5, 7, 11.
- c. Kuadran C, Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya kurang istimewa. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut nomor 3, 4, 6, 13, 18, 19.
- d. Kuadran D, Wilayah yang memuat atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan. Yang termasuk dalam atribut ini adalah atribut nomor 10, 14, 20.

4.5 Matrik *House Of Quality* (HOQ)

Dalam *Quality Function Deployment* (QFD) terdapat suatu matrik yang berbentuk rumah kualitas/mutu yang sering disebut dengan *House Of Quality* (HOQ) yaitu matrik perencanaan produk yang menggambarkan kebutuhan pelanggan dan evaluasi dengan produk pesaing. Fokus dari *House Of Quality* (HOQ) adalah

kebutuhan pelanggan sehingga proses desain dan pengembangannya lebih sesuai dengan keinginan pelanggan daripada dengan teknologi inovasi.

Secara garis besar *House Of Quality* (HOQ) atau rumah kualitas terdiri atas 2 bagian utama yaitu bagian pertama yang berada pada bagian sisi yang horizontal dimana berisi informasi yang berhubungan dengan pelanggan, bagian kedua yang berada pada bagian sisi vertikal yang memuat informasi teknis yang merespon masukan dari pelanggan.

Bagian-bagian yang terletak pada sisi horizontal antara lain :

- a. *Customer requirement* yang berisi atribut kebutuhan pelanggan sebagai masukan dasar membangun *Quality Function Deployment* (QFD).
- b. *Importance rating* yang berisi nilai tingkat kepentingan dari pelanggan terhadap atribut kebutuhan pelanggan yang ada.
- c. *Gap analysis* yang berisi nilai gap/kesenjangan yang telah dihitung dengan metode servqual yang didapat dari membandingkan nilai kepuasan dengan nilai kepentingan pelanggan.
- d. *Sales point* yang berisi keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing yang digunakan dalam pemasaran nantinya.
- e. *Improvement ratio* yang berisi perbandingan antara goal dengan kondisi awal.
- f. Bobot baris berisi tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan dimana kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Sedangkan bagian yang terletak pada sisi vertikal antara lain :

- a. *Technical requirement* yang berisi kebutuhan teknis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

- b. Hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan teknis.
- c. Hubungan antar kebutuhan teknis.
- d. *Direction of improvement* yang berisi arah perbaikan yang harus dilakukan terhadap kebutuhan teknis agar tercapai target perusahaan.
- e. *Operational goal/target* yang berisi target perusahaan yang ingin dicapai terhadap perusahaan teknis.
- f. *Column weight* berisi kepentingan absolute dan kepentingan relative.
- g. *Column number* berisi urutan kebutuhan teknis yang akan jadi prioritas dalam rekomendasi bagi perusahaan agar melakukan perbaikan.

Dalam matrik *House Of Quality* (HOQ), akan terlihat bahwa apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan juga nilai kepentingannya, kebutuhan teknis dan kepentingan pelanggan, nilai kepentingan relatif dan kepentingan absolut, kebutuhan teknis yang dibutuhkan beserta hubungannya dengan kebutuhan pelanggan serta hubungan antar kebutuhan teknis, prioritas kebutuhan teknis, semua tergambar dalam *House Of Quality* (HOQ). Dengan melihat *House Of Quality* (HOQ) akan memudahkan pihak perusahaan khususnya pihak manajemen dalam menganalisa hal-hal dan tindakan yang perlu dilakukan untuk usaha perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan.

4.6 Penentuan Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

Dalam bagian ini, terdapat data kuantitatif yang memuat skala likert dengan skala pembobotan 1 sampai 5 dengan definisi sebagai berikut :

- a. Skala 1 berarti Sangat Tidak Penting
- b. Skala 2 berarti Tidak Penting
- c. Skala 3 berarti Cukup Penting

- d. Skala 4 berarti Penting
- e. Skala 5 berarti Sangat Penting

Nilai kepentingan relatif (*importance rating*) tiap atribut keinginan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata, yaitu data tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 70 responden pada kuesioner dibuat nilai rata-rata untuk masing-masing atribut. Rumus nilai rata-ratanya yaitu (Angelia, 2008) :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^{70} x_i}{n}$$

Dimana :

\bar{x} = Nilai rata-rata

x_i = Data yang diperoleh dari kuesioner (data kepentingan pelanggan)

n = Jumlah responden

Sebagai contoh perhitungan pada butir pertama tentang kebersihan *planet poolcentrey* yaitu :

$$\bar{x}_1 = \frac{\sum_{i=1}^{70} x_1}{n}$$

$$\bar{x}_1 = \frac{5 + 5 + 5 + 4 + 5 + 5 + 5 + 4 + \dots + 5 + 5 + 5 + 5 + 5 + 4 + 5 + 4}{70}$$

$$\bar{x}_1 = \frac{327}{70}$$

$$\bar{x}_1 = 4.671$$

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada table 4.17.

Tabel 4.17 Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

No	Atribut	Kepentingan Relatif (<i>Importance Rating</i>)
1	kebersihan planet pool center	4.671
2	keamanan planet pool center	4.657
3	kecekatan petugas tata bola	4.557
4	harga yang terjangkau	4.543
5	kelengkapan dan kualitas alat	4.686
6	fasilitas penunjang	4.729
7	kualitas pelayanan pegawai	4.586

Pelanggan sebagai pengguna layanan dari *Planet Pool Center* memiliki penilaian terhadap kualitas layanan dan pelanggan juga dapat menyampaikan kepentingan/harapan yang mereka ingin. Dalam hal ini, penentuan tingkat kepentingan relatif dibutuhkan untuk menunjukkan seberapa penting suatu atribut yang menjadi kebutuhan pelanggan dan menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam menggunakan layanan *Planet Pool Center* sehingga pihak manajemen perusahaan dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut berdasarkan kepentingan pelanggan.

4.7 Menerjemahkan Kebutuhan Pelanggan (*Customer Requirement*) ke Dalam Kebutuhan Teknis (*Technical Requirement*)

Menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan teknis merupakan langkah yang penting dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara spesifik. Setiap keinginan pelanggan akan diterjemahkan ke dalam kebutuhan teknis yang ditandai dengan sifat atribut yang dapat diukur. Setiap keinginan pelanggan

minimal memiliki satu hubungan dengan keinginan teknis. Pada tabel 5.3 dibawah ini menunjukkan hubungan antara kebutuhan/keinginan pelanggan (*Customer Requirement*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirement*).

Tabel 4.18 Penerapan *Customer Requirement* ke *Technical Requirement*

No	Kebutuhan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>)	Kebutuhan Teknis (<i>Technical Requirement</i>)
1	kebersihan planet pool center	Pembersihan ruang tunggu secara rutin
		Penambahan cleaning service
2	keamanan planet pool center	Penambahan security system
3	kecekatan petugas tata bola	Adanya pelatihan petugas tata bola
4	harga yang terjangkau	Adanya diskon
		Adanya paket harga
5	kelengkapan dan kualitas alat	Perbaiki alat secara berkala
6	fasilitas penunjang	Penambahan area parkir
		Penambahan AC atau blower yang memadai
		Adanya lounge
		Penambahan toilet
7	kualitas pelayanan pegawai	Adanya pelatihan SDM frontline

Dari hasil observasi dan wawancara diperoleh kebutuhan teknis dari kebutuhan pelanggan. Tiap kebutuhan pelanggan minimal mempunyai satu kebutuhan teknis. Kebutuhan teknis tersebut bersifat tunggal. Kebutuhan teknis akan membantu pihak perusahaan dalam mengambil suatu tindakan peningkatan kualitas pelayanannya.

Setelah menginterpretasikan kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan teknis, maka selanjutnya akan dibuat hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan teknis. Gambar 4.9 pada lampiran akan menunjukkan hubungan antara

kebutuhan pelanggan (*Customer Requirement*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirement*).

Dari gambar 4.9 pada lampiran, terlihat bahwa adanya hubungan antara atribut kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan teknis. Hubungan yang ada akan ditunjukkan dengan tiga simbol hubungan, yaitu :

- a. Simbol ● yang menunjukkan kebutuhan teknis memiliki korelasi yang kuat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. Simbol ○ yang menunjukkan kebutuhan teknis memiliki korelasi yang sedang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. Simbol △ yang menunjukkan kebutuhan teknis memiliki korelasi yang lemah dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

4.8 Hubungan Antara Kebutuhan Pelanggan (*Customer Requirement*) Dengan Kebutuhan Teknis (*Technical Requirement*)

Hubungan antara kebutuhan pelanggan (*Customer Requirement*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirement*) yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan dalam tiga tingkatan, yaitu:

- a. Kebutuhan teknis memiliki korelasi yang kuat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Korelasi ini disimbolkan dengan ● yang memiliki nilai 9.
- b. Kebutuhan teknis memiliki korelasi yang sedang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Korelasi ini disimbolkan dengan ○ yang memiliki nilai 3.
- c. Kebutuhan teknis memiliki korelasi yang sedang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. korelasi ini disimbolkan dengan △ yang memiliki nilai 1.

Selain nilai tingkatan diatas, dalam beberapa buku/referensi ada yang memakai nilai 5 untuk hubungan yang kuat, nilai 3 untuk hubungan yang sedang dan nilai 1 untuk hubungan yang lemah

4.9 Penentuan Target *Technical Requirement* dan Ukuran Teknik

Tabel 4.19 dibawah ini akan menunjukkan target dari *Technical Requirement* dimana dari kebutuhan teknis ini akan ditentukan target dan arah perbaikannya. Dalam menentukan arah perbaikan, terdapat 5 simbol arah perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan, yaitu:

- a. ↑ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila dilakukan pengadaan maupun usaha sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- b. ↓ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila diturunkan/dihilangkan sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- c. ○ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan.
- d. ⬆ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika ditingkatkan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- e. ⬇ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika diturunkan sesuai dengan keinginan pelanggan

Tabel 4.19 Penentuan Target *Technical Requirement*

No	Kebutuhan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>)	Kebutuhan Teknis (<i>Technical Requirement</i>)
1	kebersihan planet pool center	Pembersihan ruang tunggu secara rutin
		Penambahan cleaning service
2	keamanan planet pool center	Penambahan security system
3	kecekatan petugas tata bola	Adanya pelatihan petugas tata bola

4	harga yang terjangkau	Adanya diskon
		Adanya paket harga
5	kelengkapan dan kualitas alat	Perbaikan alat secara berkala
6	fasilitas penunjang	Penambahan area parkir
		Penambahan AC atau blower yang memadai
		Adanya lounge
		Penambahan toilet
		Penambahan ruang tunggu
7	kualitas pelayanan pegawai	Adanya pelatihan SDM frontline

Kebutuhan teknis yang dihasilkan dari tabel 4.19 yaitu:

1. Pembersihan ruang tunggu secara rutin
2. Penambahan cleaning service
3. Penambahan security system
4. Adanya pelatihan petugas tata bola
5. Adanya diskon
6. Adanya paket harga
7. Perbaikan alat secara berkala
8. Penambahan area parkir
9. Penambahan AC atau blower yang memadai
10. Adanya lounge
11. Penambahan toilet
12. Penambahan ruang tunggu
13. Adanya pelatihan SDM frontline.

4.10 Penentuan Target *Technical Requirement* dan Ukuran Teknik

Tabel 4.20 dibawah ini akan menunjukkan target dari *Technical Requirement* dimana dari kebutuhan teknis ini akan ditentukan target dan arah perbaikannya. Dalam menentukan arah perbaikan, terdapat 5 simbol arah perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan, yaitu:

- a. ↑ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila dilakukan pengadaan maupun usaha sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- b. ↓ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila diturunkan/dihilangkan sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- c. ○ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan.
- d. ⬆ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika ditingkatkan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- e. ⬇ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika diturunkan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Tabel 4.20 Penentuan Target *Technical Requirement*

No	<i>Technical Requirement</i>	Ukuran	Ukuran Teknik Awal	Arah Perbaikan	Usulan Target
1	Penambahan area parkir yang luas	m ²	150	⬆	200
2	Penambahan AC atau blower yang memadai	Unit	18	⬆	24
3	Penambahan lounge	Unit	1	↑	3
4	Penambahan toilet	Unit	6	⬆	12
5	Penambahan ruang tunggu	Unit	1	⬆	3
6	Penambahan security system	Unit	1	⬆	3
7	Adanya pelatihan petugas tata bola	Per semester	1x	⬆	2x
8	Adanya diskon	%	5	⬆	10
9	Adanya paket harga	Per minggu	1x	⬆	2x
10	Adanya pelatihan SDM frontline	Per semester	1x	⬆	2x

11	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	Per jam	1x	↑	2x
12	Penambahan cleaning service	Orang	3	↑	6
13	Perbaiki alat secara berkala	Per bulan	1x	↑	2x

4.11 Penentuan Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif Dalam Kebutuhan Teknis

Dalam kebutuhan teknis, terdapat dua tingkatan kepentingan yaitu kepentingan absolut dan kepentingan relatif. Tingkatan kepentingan ini digunakan untuk menentukan atribut mana yang akan dijadikan prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan. Nilai kepentingan absolut diperoleh dengan menggunakan rumus (Imam Djati, 2003) :

$$Kt = \sum_{i=1}^n Bti \times Hi$$

Dimana :

Kt = Nilai kepentingan absolute untuk masing-masing atribut

Bti = Bobot kepentingan relative keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis yang ada

Hi = Nilai hubungan untuk keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis yang ada (nilai-nilai terdapat pada gambar 5.2 yang berupa nilai angka bukan simbol).

Berikut ini adalah contoh dari perhitungan tingkat kepentingan absolute untuk atribut adanya area parkir yang luas:

$$Kt = (4.729 \times 3) + (4.657 \times 9)$$

$$Kt = 18.844$$

Tingkat kepentingan relatif diperoleh dari hasil bagi antara masing-masing kepentingan absolut dikalikan dengan 100% (Angelia, 2008).

$$\text{Kepentingan Relatif } (t) = \frac{Kt_i}{\sum Kt} \times 100\%$$

Dimana:

Kt_i = Nilai kepentingan absolute kebutuhan teknis

$\sum Kt$ = Jumlah total nilai kepentingan absolut kebutuhan teknis

Berikut ini adalah contoh dari perhitungan tingkat kepentingan relatif untuk atribut adanya area parkir yang luas, yaitu:

$$\text{Kepentingan Relatif } (t) = \frac{Kt_i}{\sum Kt} \times 100\%$$

$$\text{Kepentingan Relatif } (t) = \frac{18.844}{535.071} \times 100\%$$

$$\text{Kepentingan Relatif } (t) = 3.521 \%$$

Hasil perhitungan selengkapnya untuk kepentingan absolut dapat dilihat pada Tabel 4.21 sedangkan untuk kepentingan relatif dapat dilihat pada Tabel 4.22.

Tabel 4.21 Nilai Kepentingan Absolut Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Kepentingan Absolut
1	Penambahan area parkir yang luas	18.844
2	Penambahan AC atau blower yang memadai	4.729
3	Penambahan lounge	47.232
4	Penambahan toilet	47.232
5	Penambahan ruang tunggu	46.642
6	Penambahan security system	42.651
7	Adanya pelatihan petugas tata bola	82.287
8	Adanya diskon	13.629
9	Adanya paket harga	40.887
10	Adanya pelatihan SDM frontline	41.274

11	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	46.768
12	Penambahan cleaning service	46,625
13	Perbaiki alat secara berkala	56.361

Tabel 4.22 Nilai Kepentingan Relatif Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Kepentingan Relatif (%)
1	Penambahan area parkir yang luas	3.521
2	Penambahan AC atau blower yang memadai	7.95
3	Penambahan lounge	0.88
4	Penambahan toilet	8.82
5	Penambahan ruang tunggu	8.82
6	Penambahan security system	8.71
7	Adanya pelatihan petugas tata bola	15.3
8	Adanya diskon	2.54
9	Adanya paket harga	7.64
10	Adanya pelatihan SDM frontline	7.7
11	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	8.74
12	Penambahan cleaning service	8.71
13	Perbaiki alat secara berkala	10.53

Dari hasil perhitungan kebutuhan teknis tersebut, maka kebutuhan teknis dengan hasil terbesar harus mendapatkan perhatian khusus untuk dilaksanakan. Hasil dari perhitungan kebutuhan teknis diatas dapat dijadikan rekomendasi bagi perusahaan dalam melakjkan perbaikan dan peningkatan kualitas layanannya. Hasil perhitungan kebutuhan teknis tersebut dapat dibuat rangking berdasarkan prioritas dan dapat dilihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23 Perangkingan Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Prioritas
1	Adanya pelatihan petugas tata bola	1
2	Perbaiki alat secara berkala	2
3	Penambahan ruang tunggu	3

4	Penambahan AC atau blower yang memadai	4
5	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	5
6	Penambahan cleaning service	6
7	Penambahan security system	7
8	Penambahan AC atau blower yang memadai	8
9	Adanya pelatihan SDM frontline	9
10	Adanya paket harga	10
11	Penambahan area parkir yang luas	11
12	Adanya diskon	12
13	Penambahan lounge	13

4.12 Penentuan Hubungan Antar Kebutuhan Teknis

Pola hubungan antar kebutuhan teknis dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Korelasi positif, disimbolkan dengan \bigcirc , hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling mendukung untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Korelasi negative, disimbolkan dengan X, hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling bertentangan dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Dengan mengetahui pola hubungan antar kebutuhan teknis ini, maka pihak perusahaan dapat mengetahui kebutuhan teknis yang dapat saling menghambat sehingga akan segera dicari jalan penyelesaiannya, sedangkan untuk kebutuhan teknis yang saling mendukung dapat dilaksanakan secara bersamaan.

4.13 Penentuan Nilai *Gap Analysis*

Gap Analysis merupakan selisih antara skor harapan (kondisi ideal) dengan skor kenyataan (kondisi awal) yang akan digunakan perusahaan untuk mengetahui kondisi ideal yang seharusnya dilakukan dengan kondisi kenyataan yang ada sekarang.

Kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai *gap analysis* yang besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dikembangkan. Untuk menghitung nilai *gap analysis* maka akan digunakan rumus sebagai berikut (Angelia, 2008):

$$GA = KI - KA$$

Dimana :

$GA = \text{Gap Analysis}$

$KI = \text{Kondisi Ideal}$

$KA = \text{Kondisi awal}$

Berikut ini adalah contoh perhitungan nilai *gap analysis* untuk atribut adanya fasilitas penunjang di dalam *pool center*:

$$GA = KI - KA$$

$$GA = 4.829 - 3.857$$

$$GA = 0,972$$

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.24.

Tabel 4.24 Penentuan Nilai *Gap Analysis*

No	Atribut	Kondisi Ideal	Kondisi Awal	<i>Gap Analysis</i>
1	kebersihan planet pool center	4.6	3.7	0.9
2	keamanan planet pool center	4.543	3.843	0.7
3	kecekatan petugas tata bola	4.586	3.857	0.729
4	harga yang terjangkau	4.543	3.857	0.686
5	kelengkapan dan kualitas alat	4.614	3.857	0,757
6	fasilitas penunjang	4.829	3.857	0.972
7	kualitas pelayanan pegawai	4.5	3.8	0.7

4.1.4 Sales Point

Sales point merupakan keinginan perusahaan yang berpengaruh pada daya saing yang digunakan dalam pemasaran nantinya. Simbol yang digunakan pada *sales point* yaitu dengan nilai tertentu yang besarnya lebih dari satu (1), misalnya 1,2. Sedangkan yang bukan merupakan *sales point* memiliki nilai sama dengan 1. Dalam penelitian ini ditetapkan *sales point* sebesar 1.2 karena atribut pelayanan yang ada dianggap sebagai keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing dalam pemasarannya.

Produk yang memiliki karakteristik memenuhi kebutuhan pelanggan tidak menjamin bahwa dapat mencapai tingginya nilai dalam titik penjualan. Untuk alasan inilah mengapa data ini penting untuk diketahui. Seberapa kuat titik penjualan tergantung pada bagaimana pelanggan membandingkan kompetisi dan seberapa penting atribut tersebut bagi pelanggan agar produk melakukan pengecualian pada atribut tersebut. Dalam proses pengisian *sales point* mungkin perusahaan tidak mempunyai ide dalam menentukan desain atau bagaimana dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu cara yang dapat membantu yaitu dengan memanfaatkan kekuatan QFD pada penetapan *goal* atau tujuan secara agresif yang membawa keuntungan kompetitif, dan kemudian menghubungkan nilai *sales point* pada *goal* tersebut. Hal ini memungkinkan proses QFD mencatat apa bagian dari desain yang membutuhkan pemikiran untuk merealisasikan keuntungan tersebut.

Berikut adalah *sales point* yang diberikan oleh pihak *Planet Pool Center*.

Tabel 4.25 Tingkat *sales point*

No	Atribut	<i>Sales Point</i>
1	kebersihan planet pool center	1.2
2	keamanan planet pool center	1.2
3	kecekatan petugas tata bola	1.5

4	harga yang terjangkau	1.2
5	kelengkapan dan kualitas alat	1.2
6	fasilitas penunjang	1.5
7	kualitas pelayanan pegawai	1.2

4.15 Berat Bobot Baris (*Raw Weight*)

Nilai dari berat bobot baris akan menunjukkan tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan. Kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Nilai berat bobot baris ini dapat dihitung dengan rumus (Cohen, 1995)

$$rw = IR \times sp \times ir$$

Dimana :

rw = Berat Bobot Baris (*Raw Weight*)

IR = Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

sp = *Sales Point*

ir = *improvement ratio*

Improvement ratio didapat dari perbandingan antara *goal* dengan kondisi awal/kondisi sekarang.

$$\text{Improvement ratio} = \frac{\text{goal}}{\text{kondisi awal}}$$

Berikut ini adalah contoh perhitungan nilai *improvement ratio* untuk atribut adanya fasilitas penunjang di dalam *pool center*:

$$rw = IR \times sp \times ir$$

$$rw = 4.729 \times 1.5 \times 1.03$$

$$rw = 7.306$$

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.26.

Tabel 4.26 Berat Bobot Baris Atribut Layanan

No	Atribut	Berat Bobot Baris
1	kebersihan planet pool center	6.053
2	keamanan planet pool center	6.035
3	kecekatan petugas tata bola	7.040
4	harga yang terjangkau	5.615
5	kelengkapan dan kualitas alat	5.791
6	fasilitas penunjang	7.306
7	kualitas pelayanan pegawai	5.778



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan *Service Quality*

Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan pihak *Planet Pool Center* terhadap pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.9. Tabel tersebut menunjukkan adanya kesenjangan (gap) yang bernilai negatif antara kinerja perusahaan dengan harapan dari customer. Secara keseluruhan skor kinerja perusahaan berada dibawah skor harapan penumpang.

Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Pada dimensi *Servqual Tangible* dengan nilai kualitas pelayanan 0,847, *Reliability* dengan nilai kualitas pelayanan 0,859, *Responsiveness* dengan nilai kualitas pelayanan 0,870, *Assurance* dengan nilai kualitas pelayanan 0,8591, dan *Empathy* dengan nilai kualitas pelayanan 0,8474, dengan nilai kualitas pelayanan rata-rata sebesar 0,845.

Berdasarkan data tersebut maka secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Planet Pool Center* belum memenuhi harapan pelanggan. Terdapat kesenjangan yang bernilai negatif dengan nilai kualitas pelayanan sebesar 0,8567.

5.2 Pembahasan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengembangkan strategi manajemen pemasaran. Analisis ini digunakan untuk menutup yang ada pada *SERVQUAL*. Hasil pengolahan data menunjukkan analisis IPA pada kuadran A yang merupakan prioritas tinggi adalah nomor 1, 8, 9, 10, 15, 16, 17. Pada kuadran B, yang dipertahankan adalah atribut nomor 2, 5, 7, 11. Pada kuadran C, yang merupakan

prioritas rendah adalah atribut nomor 3, 4, 6, 13, 18, 19. Pada kuadran D, yang merupakan atribut berlebihan adalah atribut nomor 10, 14, 20.

Dari keempat kuadran tersebut, kuadran yang diambil sebagai atribut kepuasan konsumen adalah kuadran A, karena kuadran A merupakan kuadran dengan prioritas tinggi, sehingga perbaikan system pelayanan pihak Planet Pool Center harus menggunakan atribut pada kuadran A atau yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya pihak pelanggan belum merasa puas.

5.3 Analisa *Quality Function Deployment* (QFD)

5.3.1 Matrik *House Of Quality* (HOQ)

Dalam *Quality Function Deployment* (QFD) terdapat suatu matrik yang berbentuk rumah kualitas/mutu yang sering disebut dengan *House Of Quality* (HOQ) yaitu matrik perencanaan produk yang menggambarkan kebutuhan pelanggan dan evaluasi dengan produk pesaing. Fokus dari *House Of Quality* (HOQ) adalah kebutuhan pelanggan sehingga proses desain dan pengembangannya lebih sesuai dengan keinginan pelanggan daripada dengan teknologi inovasi.

Secara garis besar *House Of Quality* (HOQ) atau rumah kualitas terdiri atas 2 bagian utama yaitu bagian pertama yang berada pada bagian sisi yang horizontal dimana berisi informasi yang berhubungan dengan pelanggan, bagian kedua yang berada pada bagian sisi vertikal yang memuat informasi teknis yang merespon masukan dari pelanggan.

5.3.1.1 Penentuan Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

Dalam bagian ini, terdapat data kuantitatif yang memuat skala likert dengan skala pembobotan 1 sampai 5 dengan definisi sebagai berikut :

- a. Skala 1 berarti Sangat Tidak Penting

- b. Skala 2 berarti Tidak Penting
- c. Skala 3 berarti Cukup Penting
- d. Skala 4 berarti Penting
- e. Skala 5 berarti Sangat Penting

Nilai kepentingan relatif (*importance rating*) tiap atribut keinginan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata, yaitu data tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 70 responden pada kuesioner dibuat nilai rata-rata untuk masing-masing atribut.

Hasil nilai kepentingan relating selengkapnya ada pada tabel berikut

Tabel 5.1 Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

No	Atribut	Kepentingan Relatif (<i>Importance Rating</i>)
1	kebersihan planet pool center	4.671
2	keamanan planet pool center	4.657
3	kecekatan petugas tata bola	4.557
4	harga yang terjangkau	4.543
5	kelengkapan dan kualitas alat	4.686
6	fasilitas penunjang	4.729
7	kualitas pelayanan pegawai	4.586

Pelanggan sebagai pengguna layanan dari *Planet Pool Center* memiliki penilaian terhadap kualitas layanan dan pelanggan juga dapat menyampaikan kepentingan/harapan yang mereka ingin. Dalam hal ini, penentuan tingkat kepentingan relatif dibutuhkan untuk menunjukkan seberapa penting suatu atribut yang menjadi kebutuhan pelanggan dan menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam menggunakan layanan *Planet Pool Center* sehingga pihak manajemen

perusahaan dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut berdasarkan kepentingan pelanggan.

5.3.1.2 Penentuan Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif Dalam Kebutuhan Teknis

Dalam kebutuhan teknis, terdapat dua tingkatan kepentingan yaitu kepentingan absolut dan kepentingan relatif. Tingkatan kepentingan ini digunakan untuk menentukan atribut mana yang akan dijadikan prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan.

Hasil perhitungan selengkapannya untuk kepentingan absolut dapat dilihat pada Tabel 5.5 sedangkan untuk kepentingan relatif dapat dilihat pada Tabel 5.6.

Tabel 5.5 Nilai Kepentingan Absolut Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Kepentingan Absolut
1	Penambahan area parkir yang luas	18.844
2	Penambahan AC atau blower yang memadai	4.729
3	Penambahan lounge	47.232
4	Penambahan toilet	47.232
5	Penambahan ruang tunggu	46.642
6	Penambahan security system	42.651
7	Adanya pelatihan petugas tata bola	82.287
8	Adanya diskon	13.629
9	Adanya paket harga	40.887
10	Adanya pelatihan SDM frontline	41.274
11	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	46.768
12	Penambahan cleaning service	46.625
13	Perbaiki alat secara berkala	56.361

Tabel 5.2 Nilai Kepentingan Relatif Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Kepentingan Relatif (%)
1	Penambahan area parkir yang luas	3.521
2	Penambahan AC atau blower yang memadai	7.95
3	Penambahan lounge	0.88
4	Penambahan toilet	8.82
5	Penambahan ruang tunggu	8.82
6	Penambahan security system	8.71
7	Adanya pelatihan petugas tata bola	15.3
8	Adanya diskon	2.54
9	Adanya paket harga	7.64
10	Adanya pelatihan SDM frontline	7.7
11	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	8.74
12	Penambahan cleaning service	8.71
13	Perbaikan alat secara berkala	10.53

Dari hasil perhitungan kebutuhan teknis tersebut, maka kebutuhan teknis dengan hasil terbesar harus mendapatkan perhatian khusus untuk dilaksanakan. Hasil dari perhitungan kebutuhan teknis diatas dapat dijadikan rekomendasi bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas layanannya. Hasil perhitungan kebutuhan teknis tersebut dapat dibuat ranking berdasarkan prioritas dan dapat dilihat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.3 Perangkingan Kebutuhan Teknis

No	Kebutuhan Teknis	Prioritas
1	Adanya pelatihan petugas tata bola	1
2	Perbaikan alat secara berkala	2
3	Penambahan ruang tunggu	3
4	Penambahan AC atau blower yang memadai	4
5	Pembersihan ruang tunggu secara rutin	5
6	Penambahan cleaning service	6
7	Penambahan security system	7
8	Penambahan AC atau blower yang memadai	8
9	Adanya pelatihan SDM frontline	9

10	Adanya paket harga	10
11	Penambahan area parkir yang luas	11
12	Adanya diskon	12
13	Penambahan lounge	13

Urutan kebutuhan teknis diatas menjadikan rekomendasi untuk perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanannya. Sistem informasi dan *Customer Relationship Management* yang baik menjadi prioritas utama yang harus dilakukan perbaikan karena dari atribut ini akan mempengaruhi atribut kebutuhan pelanggan yang lain. Pemeriksaan tiket kembali sebelum masuk kereta oleh petugas menjadi prioritas yang terakhir untuk dilakukan perbaikan. Karena satu atribut mempengaruhi atribut yang lain dalam kebutuhan teknis diatas maka dari prioritas yang utama sampai prioritas yang terakhir akan menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan guna meningkatkan kualitas layanannya.

5.3.1.3 Penentuan Nilai *Gap Analysis*

Gap Analysis merupakan selisih antara skor harapan (kondisi ideal) dengan skor kenyataan (kondisi awal) yang akan digunakan perusahaan untuk mengetahui kondisi ideal yang seharusnya dilakukan dengan kondisi kenyataan yang ada sekarang.

Kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai *gap analysis* yang besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dikembangkan

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5.4.

Tabel 5.4 Penentuan Nilai *Gap Analysis*

No	Atribut	Kondisi Ideal	Kondisi Awal	<i>Gap Analysis</i>
1	kebersihan planet pool center	4.6	3.7	0.9
2	keamanan planet pool center	4.543	3.843	0.7
3	kecekatan petugas tata bola	4.586	3.857	0.729
4	harga yang terjangkau	4.543	3.857	0.686
5	kelengkapan dan kualitas alat	4.614	3.857	0,757
6	fasilitas penunjang	4.829	3.857	0.972
7	kualitas pelayanan pegawai	4.5	3.8	0.7

Penentuan nilai gap/kesenjangan ini didapat dari perhitungan menggunakan metode servqual dimana metode ini membandingkan antara nilai tingkat kepuasan pelanggan dengan nilai kepentingan/harapan pelanggan. Nilai gap/kesenjangan semua atribut bernilai negative dan sesuai dengan metode yang ada maka nilai gap/kesenjangan tersebut akan bernilai mutlak positif, sehingga nilai gap/kesenjangan terbesar yaitu pada atribut Adanya fasilitas penunjang kemudahan maupun kenyamanan (misal: AC/Kipas Angin, WC, tempat duduk cadangan, dll) dan nilai gap/kesenjangan terkecil yaitu harga yang terjangkau

5.3.1.4 Sales Point

Sales point merupakan keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing yang digunakan dalam pemasaran nantinya. Simbol yang digunakan pada *sales point* yaitu dengan nilai tertentu yang besarnya lebih dari satu (1), misalnya 1,2. Sedangkan yang bukan merupakan *sales point* memiliki nilai sama dengan 1. Dalam penelitian ini ditetapkan *sales point* sebesar 1.2 karena atribut pelayanan yang ada dianggap sebagai keinginan pelanggan yang berpengaruh pada daya saing dalam pemasarannya.

Produk yang memiliki karakteristik memenuhi kebutuhan pelanggan tidak menjamin bahwa dapat mencapai tingginya nilai dalam titik penjualan. Untuk alasan

inilah mengapa data ini penting untuk diketahui. Seberapa kuat titik penjualan tergantung pada bagaimana pelanggan membandingkan kompetisi dan seberapa penting atribut tersebut bagi pelanggan agar produk melakukan pengecualian pada atribut tersebut. Dalam proses pengisian *sales point* mungkin perusahaan tidak mempunyai ide dalam menentukan desain atau bagaimana dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Salah satu cara yang dapat membantu yaitu dengan memanfaatkan kekuatan QFD pada penetapan *goal* atau tujuan secara agresif yang membawa keuntungan kompetitif, dan kemudian menghubungkan nilai *sales point* pada *goal* tersebut. Hal ini memungkinkan proses QFD mencatat apa bagian dari desain yang membutuhkan pemikiran untuk merealisasikan keuntungan tersebut.

5.3.1.5 Berat Bobot Baris (*Raw Weight*)

Nilai dari berat bobot baris akan menunjukkan tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan. Kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5 Berat Bobot Baris Atribut Layanan

No	Atribut	Berat Bobot Baris
1	kebersihan planet pool center	6.053
2	keamanan planet pool center	6.035
3	kecekatan petugas tata bola	7.040
4	harga yang terjangkau	5.615
5	kelengkapan dan kualitas alat	5.791
6	fasilitas penunjang	7.306
7	kualitas pelayanan pegawai	5.778

Tabel 5.5 menunjukkan tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan. Kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Nilai berat bobot baris berkisar antara 7.040 sampai 5.615. Atribut kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot baris terbesar kecekatan petugas tata bola, sedangkan atribut kebutuhan pelanggan yang mempunyai nilai berat bobot baris terkecil yaitu harga yang terjangkau.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut yang menjadi prioritas yang harus ditingkatkan oleh perusahaan adalah fasilitas penunjang dengan nilai *importance rating* sebesar 4,729, kelengkapan dan kualitas alat dengan nilai *importance rating* sebesar 4,686, kebersihan planet pool center dengan nilai *importance rating* sebesar 4,671, keamanan planet pool center dengan nilai *importance rating* sebesar 4,657, kualitas pelayanan pegawai dengan nilai *importance rating* sebesar 4,586, kecekatan petugas tata bola dengan nilai *importance rating* sebesar 4,557, harga yang terjangkau dengan nilai *importance rating* sebesar 4,543.
2. Usulan tindakan yang harus dilakukan mengacu pada hasil pembobotan prioritas dan hasil QFD adalah dengan meningkatkan kualitas layanan pada atribut fasilitas penunjang, karena menurut pelanggan fasilitas penunjang adalah atribut terpenting dengan nilai *importance rating* tertinggi sebesar 4,792.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan perlu memperbaiki kinerja perusahaan atau persepsi manajemen mengenai kualitas pelayanan, terutama dimensi yang memiliki kesenjangan (gap) yang besar atau diatas rata-rata.
2. Perusahaan perlu melakukan perbaikan (*service*) secara berkala pada atribut fasilitas penunjang yaitu penambahan AC dan blower, penambahan toilet dan penambahan ruang tunggu agar customer dapat selalu nyaman pada saat bermain dan mengantri di *Planet Pool Centre*.



DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou., (1995). *Quality Function Deployment (How to Make QFD Work for You)*.
Massachussets : Addison Wesley Publising Company.
- Dahai, L., Bistu R., and Najjar, L., (2005). Using The Analytical Hierarchy Process as a
Tool for Assessing Service Quality. *IEMS*, Vol. 4, No. 2, 129-135.
- Dickinson, Bill., (1995). QFD: setting up for Success. *World Class Design to
Manufacture*, Vol. 2, No. 5, 43-45.
- Gasperz, Vincent., (2001). *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Pustaka
Utama.
- Goetsch, David L. and Stanley, Davis B., (1997). *Introducyion to Total Quality (Quality
Management for Production, Processing and Services)*, Second Edition. New
Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Irma Wahyuningtyas., (2006). Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Pusat UII
Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dengan Penentuan
Importance Rating Dengan Metode Servqual Dan Kano. *Tugas Akhir Teknik
Industri, Universitas Islam Indonesia*.
- Kotler, Philip., (1997). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Miguel, Paulo A. Cauchick., (2005). Evidence of QFD best practices for product
development : a multiple case study. *International Journal of Quality &
Reliability Management*, Vol. 22, No. 1, 72-82.

- Putri Perwitra Sari. (2006). Aplikasi Metode *Quality Function Deployment* (QFD) Dan *Competitive Benchmarking* Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Konsumen Pada Rumah sakit. *Tugas Akhir Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia*.
- Prasesti Widrisari Angelia. (2009). Pengukuran Kualitas Pelayanan Pada Industri Hospitality Dengan Integrasi Metode *Servqual* Dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus di BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta). *Tugas Akhir Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia*.
- Supranto, J., (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Supranto, J., (1992). *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Edisi Kelima Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- S. Bruce Han, Manbir S. Sodhi, Shaw K. Chen and Maling Embahimpour., (2001). A conceptual QFD planning model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 18, No. 8, 796-812.
- Tjiptono, Fandy., (2002). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy., (2005). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana., (2003). *Total Quality Management*. Edisi Revisi Cetakan Ke Lima. Yogyakarta: Andi Offset
- Walden, Jim., (2003). Performance: a QFD approach. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 20, No. 1, 123-133.
- Yamit, Zulian., (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.

III. Identifikasi Tingkat Kepentingan

Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Seberapa Pentingkah faktor-faktor di bawah ini menurut penilaian Anda sebagai pelanggan Planet Pool Centre.
2. Berilah tanda (v) pada salah satu angka yang ada pada skala sikap dibawah ini.

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Penting
- 2 : Tidak Penting
- 3 : Cukup Penting
- 4 : Penting
- 5 : Sangat Penting

No	Pernyataan	Kepentingan				
		1	2	3	4	5
Tangible (Berwujud)						
1	Kebersihan Planet Pool Centre					
2	Kebersihan Ruang Tunggu					
3	Kebersihan Pegawai Planet Pool Centre					
4	Penataan Exterior dan Interior					
5	Sarana Hiburan di Arena Bermain					
6	Sarana Hiburan di Ruang Tunggu					
Reliability (Keandalan)						
7	Keramahan Pelayanan					
8	Kecekatan Petugas Penata Bola					
9	Kelengkapan Dan Kualitas Alat					
10	Ketersediaan Informasi Layanan Dan Fasilitas					
11	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas					
12	Fasilitas Penunjang					
Responsiveness (Keresponsifan)						
13	Kecepatan Menanggapi Permasalahan Yang Timbul					
14	Kecepatan Menanggapi Keluhan Pengunjung					
Assurance (Jaminan)						
15	Keamanan Planet Pool Centre					
16	Kualitas Pelayanan Pegawai					
17	Harga Yang Terjangkau					
Empathy (Empati)						
18	Kemudahan Pemesanan Meja (Waiting List)					
19	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Arena Bermain					
20	Keramahan Dan Kesopanan Pegawai Di Ruang Tunggu					

Responden	skor item atribut harapan																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	83
2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	89
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	95
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	87
6	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	91
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
8	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	93
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
10	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	93
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	95	
12	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	93
13	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	90
14	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	91
15	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	89
16	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	90
17	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	91
18	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	89
19	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	87
20	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	91
21	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	94
22	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	89
23	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	94
24	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	95
25	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	89
26	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	93
27	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	95
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	94
29	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	92
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	95
31	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	91
32	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	88
33	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	91
34	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	90
35	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	93
36	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	91
37	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	93
38	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	91
39	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	91
40	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	91
41	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	92
42	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	93
43	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	95
44	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	95
45	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	93
46	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	87
47	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	89
48	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	88
49	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	91
50	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	92
51	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	92
52	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	89
53	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	90
54	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	92
55	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	94
56	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	93
57	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	91
59	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	93
60	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	96
61	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	93
62	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	88
63	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	95
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	93
65	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	93
66	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	88
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
68	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	91
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	80
	4.6	4.543	4.5	4.6286	4.514	4.543	4.914	4.543	4.586	4.529	4.571	4.543	4.51	4.4857	4.614	4.829	4.5	4.529	4.571	4.586	4.58

Responden	skor item atribut kinerja planet																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80		
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60		
3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	4	87	
4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3	85	
5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	2	3	4	4	78	
6	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	88	
7	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	87	
8	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	86	
9	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	2	3	4	4	3	3	3	5	4	77	
10	4	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	5	4	4	2	2	5	3	4	5	78	
11	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	2	5	4	85	
12	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	3	4	3	5	3	4	3	3	77	
13	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	5	4	5	4	3	5	5	5	82	
14	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	2	5	4	4	78	
15	4	3	5	4	4	3	4	5	3	3	5	4	3	4	3	3	4	5	4	5	78	
16	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	78	
17	3	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	4	3	5	3	5	5	5	86	
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
19	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	5	4	4	3	87	
20	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	2	1	4	5	4	78	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	
22	5	4	3	5	5	4	5	3	3	4	3	5	3	4	4	3	2	4	3	3	75	
23	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63	
24	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	5	5	71	
25	4	4	3	3	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	77	
26	4	4	4	3	4	5	2	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4	74	
27	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	78
28	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	64	
29	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	76	
30	4	4	3	5	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	4	75	
31	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	71	
32	4	4	3	5	4	4	3	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	72	
33	3	4	5	4	5	3	3	4	3	5	5	3	4	4	3	2	4	2	3	4	73	
34	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	79	
35	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	5	5	4	5	72	
36	5	4	1	5	4	3	3	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	3	3	4	77	
37	3	3	5	4	3	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	77	
38	3	4	1	3	2	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	81	
39	4	4	3	3	5	3	4	3	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	3	79	
40	4	4	3	4	4	3	3	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	82	
41	3	4	4	5	2	2	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	76	
42	3	4	2	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	81	
43	4	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	3	3	78	
44	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3	5	5	3	3	83	
45	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	67	
46	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	73	
47	3	4	5	3	3	4	5	2	3	3	5	4	2	4	4	5	5	5	4	5	78	
48	5	4	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	79	
49	4	4	3	5	5	3	3	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	5	84	
50	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	4	2	5	4	5	5	5	3	5	3	82	
51	3	4	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	81	
52	5	4	3	4	5	5	3	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	89	
53	3	4	3	3	5	4	3	3	5	4	4	3	3	4	1	4	5	4	5	5	74	
54	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	1	76	
55	3	3	3	3	4	4	4	3	2	5	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	67	
56	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	74		
57	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	2	78	
57	5	4	5	3	3	3	5	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	82	
59	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5	3	4	3	3	5	4	4	5	78	
60	3	4	3	3	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	2	77	
61	3	4	5	5	4	3	5	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	5	76	
62	3	4	3	4	4	2	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	75	
63	4	4	3	3	5	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5	76	
64	3	4	5	4	5	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	80	
65	5	4	5	3	5	3	5	3	3	5	5	2	3	4	5	3	4	3	4	3	77	
66	2	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	79	
67	3	4	3	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	74	
68	5	4	3	5	5	1	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	79	
69	3	4	3	3	5	3	5	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	70	
70	2	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	3	5	3	3	5	5	79	

3.7	3.929	3.829	3.8857	4.014	3.8	4.043	3.843	3.857	4.086	4.114	3.857	3.86	3.9714	3.857	3.857	3.8	3.843	3.857	3.9
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Responden	skor item atribut kepentingan																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	94
2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	95
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	95
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	82
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	88
6	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	93
7	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	93
8	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	82
9	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	89
10	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
11	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	80
13	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	88
14	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	91
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	92
17	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	94
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	97
20	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	80
21	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	91
22	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	93
23	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	93
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	97
25	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	79
26	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	91
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	82
28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	93
29	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	88
30	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	95
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	96
32	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	82
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	95
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	92
35	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	89
36	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	92
37	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	93
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	97
39	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	84
40	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	94
41	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	95
42	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	91
43	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	89
44	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	94
45	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	94
46	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	3	4	4	87
47	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	88
48	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	87
49	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	87
50	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	94
51	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	93
52	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	80
53	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	94
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	97
55	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	91
56	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	95
57	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	97
58	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	93
59	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	95
60	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	5	82
61	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	87
62	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	93
63	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	83
64	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	91
65	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	94
66	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	94
67	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	93
68	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	96
69	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	86
70	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	97
	4.6714	4.543	4.486	4.3714	4.586	4.457	4.714	4.657	4.557	4.443	4.643	4.543	4.29	4.3429	4.686	4.729	4.586	4.286	4.343	4.514	4.52

Customer Requirement	No Atribut	Imp.Rating	Technical Requirement											GAP	Goal	Sales Point	Imp.Ratio	Bobot Baris			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11								
kebersihan planet pool center	1	4.671															0.9	4	1.2	1.08	6.053
keamanan planet pool center	2	4.657	▲														0.7	4	1.2	1.08	6.035
kecekatan petugas tata bola	3	4.557															0.729	4	1.5	1.03	7.04
harga yang terjangkau	4	4.543															0.686	4	1.2	1.03	5.615
kelengkapan dan kualitas alat	5	4.686															0.757	4	1.2	1.03	5.791
fasilitas penunjang	6	4.729	○	●	▲	●	●	▲									0.972	4	1.5	1.03	7.306
kualitas pelayanan pegawai	7	4.586															0.7	4	1.2	1.05	5.778
Operational Goal/Target	11	18.8	150 m² menjadi 200 m²																		
	8	42.6	18 unit menjadi 12 unit																		
	13	4.73	1 unit menjadi 3 unit																		
	3	47.2	6 unit menjadi 12 unit																		
	4	47.2	1 unit menjadi 3 unit																		
	6	46.6	1 orang menjadi 3 orang																		
	1	82.3	1x per 6 bulan menjadi 2x per 6 bulan																		
	12	13.6	5% menjadi 10%																		
	10	40.9	1x per minggu menjadi 2x per minggu																		
	9	41.3	1x per 6 bulan menjadi 2x per 6 bulan																		
	5	46.8	1x per jam menjadi 2x per jam																		
7	46.6	3 orang menjadi 6 orang																			
2	86.4	1x per bulan menjadi 2x per bulan																			

keterangan

- kuat 9
- sedang 3
- ▶ lemah 1

Gambar House Of Quality (HOQ)

Customer Requirement	No Atribut	Imp.Rating	Technical Requirement											GAP	Goal	Sales Point	Imp.Raifo	Bobot Baris			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11						12		
kebersihan planet pool center	1	4.671															0.9	4	1.2	1.08	6.053
keamanan planet pool center	2	4.657	▲														0.7	4	1.2	1.08	6.035
kecekatan petugas tata bola	3	4.557															0.729	4	1.5	1.03	7.04
harga yang terjangkau	4	4.543															0.686	4	1.2	1.03	5.615
kelengkapan dan kualitas alat	5	4.686															0.757	4	1.2	1.03	5.791
fasilitas penunjang	6	4.729	○	▲	●	●	●	▲									0.972	4	1.5	1.03	7.306
kualitas pelayanan pegawai	7	4.586															0.7	4	1.2	1.05	5.778
Operational Goal/Target	11	18.8	150 m ² menjadi 200 m ²																		
	8	42.6	18 unit menjadi 12 unit																		
	13	4.73	1 unit menjadi 3 unit																		
	3	47.2	6 unit menjadi 12 unit																		
	4	47.2	1 unit menjadi 3 unit																		
	6	46.6	1 orang menjadi 3 orang																		
	1	82.3	1x per 6 bulan menjadi 2x per 6 bulan																		
	12	13.6	5% menjadi 10%																		
	10	40.9	1x per minggu menjadi 2x per minggu																		
	9	41.3	1x per 6 bulan menjadi 2x per 6 bulan																		
	5	46.8	1x per jam menjadi 2x per jam																		
	7	46.6	3 orang menjadi 6 orang																		
2	86.4	1x per bulan menjadi 2x per bulan																			

keterangan

- kuat 9
- sedang 3
- ▶ lemah 1

Gambar House Of Quality (HOQ)