

PENERAPAN METODE *SERVQUAL* DAN *QFD* UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG NASI WONG SOLO DI KEL. JATIBENING BARU, KEC. PONDOK GEDE, KOTA BEKASI, JAWA BARAT

Heriyanto, Johny Purnomo Joewono, ST, MT, Ir. Vera Nova L.Raja, MT

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Krisnadwipayana
Jl. Kampus Unkris Jatiwaringin Bekasi
Email: heri191998@gmail.com
Email: jpurnomoj@gmail.com
Email: veranovalumbanraja@gmail.com

Abstrak. *Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi suatu barang dan jasa. Begitu halnya dengan Warung Nasi Wong Solo sebagai usaha kecil menengah. Peneliti memilih Warung Nasi Wong Solo yang berada di dalam kota Bekasi sebagai objek penelitian karena Warung Nasi Wong Solo berada di tempat cukup strategis. Namun warung nasi mengalami kesulitan untuk mencapai target penjualan, bukan hanya di era pandemic saat ini saja, tetapi pada tahun sebelumnya juga tidak dapat mencapai target yang sudah di tetapkan.*

*Tujuan penelitian adalah untuk menentukan faktor yang perlu di perbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan melakukan perbaikan kualitas setelah mendapatkan faktor penyebabnya di Warung Nasi Wong Solo dengan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Service Quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)*.*

Terdapat 5 atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu diperhatikan dan diperbaiki yaitu, atribut 4 kelengkapan menu makanan yang tersedia di Warung Makan Wong Solo, Atribut 9 ketanggapan dalam permintaan pelanggan Warung Makan Wong Solo, Atribut 10 pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan Warung Makan Wong Solo, Atribut 15 komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen Warung Makan Wong Solo, Atribut 17 respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan Warung Makan Wong Solo.

Hasil kesimpulan yang di dapat bahwa faktor utama yang harus di perbaiki adalah Melengkapi ketersediaan menu makanan lebih banyak dan lengkap, Membekali pelayan dengan pelatihan mengenai ketanggapan dalam melakukan pelayanan, Membuat daftar menu sebagai sarana informasi, Membekali pelayan dengan pelatihan tata cara dalam berbicara di depan umum dengan baik dan benar, Membuat kotak saran sebagai indikator menerima masukan dan keluhan pelanggan. Hal ini membuktikan perlu adanya perbaikan pada kualitas pelayanan tersebut.

Kata kunci: Kepuasan, Mutu, QFD, *SERVQUAL*

Abstract. *Customer satisfaction is important for a good and service. This is the case with Warung Nasi Wong Solo as a small and medium enterprise. The researcher chose Warung Nasi Wong Solo which is located in the city of Bekasi as the object of research because Warung Nasi Wong Solo is in a strategic place. However, rice stalls have difficulty achieving sales targets, not only in the current pandemic era, but also in the previous year they were also unable to achieve the targets that had been set.*

*The purpose of the research is to determine the factors that need to be improved to increase customer satisfaction and carry out quality improvements after obtaining the causative factors at Warung Nasi Wong Solo using the *SERVQUAL* method and *Service Quality* and *Quality Function Deployment (QFD)*.*

There are 5 attributes that are the top priority that need to be considered and improved namely, Attribute 4 the completeness of the food menu available at The Wong Solo Food Stall, Attribute 9 responsiveness in the requests of Wong Solo Food Stall customers, Attribute 10 is the provision of food menu information to customers of The Wong Solo Food Stall, Attribute 15 is communication and

clarity of information to consumers of Warung Makan Wong Solo, Attribute 17 is a good response to suggestions and complaints from customers of Warung Makan Wong Solo.

The conclusions can be obtained that the main factors that must be improved are Completing the availability of more and complete food menus, Equipping waiters with training in understanding responsiveness in carrying out service, Making menu lists as a means of information, Equipping waiters with training in procedures in public speaking properly and correctly, Making suggestion boxes as an indicator of receiving customer input and complaints. This proves the need for improvements in the quality of these services.

Keywords: *Satisfaction, Quality, QFD, SERVQUAL*

1. PENDAHULUAN

Kualitas adalah suatu penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan (Sucianto Tjia & Kadafi, 2017) maka dari itu suatu produk akan menjadi peningkatan apabila terjadi pula peningkatan pada kualitasnya.

Metode *Service Quality* (SERVQUAL) merupakan metode yang terkenal dan hingga zaman sekarang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran. Metode ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Metode ini menegaskan bahwa suatu kualitas pelayanan dianggap meningkat apabila kinerja pada suatu atribut (*Perceived Serviced*) meningkat lebih tinggi daripada harapan (*Expected Service*) atas atribut yang bersangkutan, dan jika sebaliknya, maka kualitas pelayanan dianggap mengalami penurunan (Preuss 2008).

Quality Function Deployment (QFD) pertama kali ditingkatkan di Jepang pada tahun 1996 oleh Dr. Yoji Akao. QFD diartikan sebagai suatu proses tertata untuk menentukan kebutuhan pelanggan dan mengartikan kebutuhan-kebutuhan itu kedalam kebutuhan teknis yang bermakna, yaitu masing-masing area fungsional dan level organisasi dapat memahami dan menjalankan. (Gaspersz, 2005:41)

Dalam dunia industri, banyak tantangan-tantangan yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Adapun produk atau jasa yang bersaing dalam pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dialaminya.

Peneliti memilih Warung Nasi Wong Solo yang berada di dalam kota Bekasi sebagai objek penelitian karena Warung Nasi Wong Solo berada di tempat cukup strategis. Namun warung nasi mengalami kesulitan untuk mencapai target penjualan, bukan hanya di era pandemic saat ini saja, tetapi pada tahun sebelumnya juga tidak dapat mencapai target yang sudah ditetapkan. Hal ini memungkinkan karena kurang loyalitas dari pelanggan yang merasa tidak puas dengan produk dan pelayanan yang diterima atau tidak sesuai dengan yang diharapkan. Maka dari itu perusahaan harus berusaha meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk dapat mencapai pendapatan yang optimal.

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan dan uraian tersebut, perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan, namun belum diketahui faktor apa saja yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Maka penelitian ini menarik untuk menjadi topik untuk dilakukan analisa tingkat kualitas pelayanan terhadap pelanggan responden penelitian ini adalah customer atau pelanggan di Warung Nasi Wong Solo yang berlokasi di Kelurahan Jati Bening Baru, Kecamatan Pondok Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat. Dengan menggunakan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) Dan *Metode Quality Function Deployment* (QFD), Periode penelitian dilakukan mulai tanggal 01 April sampai 30 Juni 2022.

2.1. Sistem Terintegrasi

Studi ini dilakukan di Warung Nasi Wong Solo yang berlokasi di Kelurahan Jati Bening Baru, Kecamatan Pondok Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat dengan cara mengamati pelanggan, bertujuan untuk mengumpulkan data kuantitatif, dengan tujuan untuk mempelajari tentang teori-teori Metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Metode Quality Function Deployment* (QFD) khususnya pada bidang jasa service, dan untuk mempelajari tentang bagaimana caranya peningkatan permintaan customer.

Pengolahan data dimulai dengan menentukan faktor penyesuaian data dari kuisioner kemudian dianalisa tingkat kualitas pada warung nasi dengan metode *Service Quality* (SERVQUAL), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD).

2.2. Margin Penulisan Jurnal

Penulisan istilah asing harus ditulis dalam huruf italics. Page setup yang digunakan adalah Top dan Inside = 1.18", Bottom dan Outside = 0.79", Gutter = 0". Orientasinya adalah Portrait dengan one column margin. Ukuran paper (paper size) adalah A4. Layout-nya adalah Different odd and even dengan Header = 0.69" dan Footer = 0.3". Vertical alignment-nya adalah Top. (Catatan: Aturan penulisan desimal di atas disesuaikan dengan aturan penulisan pada Microsoft Word yang menggunakan "." sebagai tanda desimal dan bukan ",". Aturan penulisan desimal dalam Jurnal Teknik Industri mengikuti aturan penulisan Matematika).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kenyamanan Termal

3.1.1 Service Quality

Metode *SERVQUAL* dibangun atas dasar adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan oleh pelanggan, *SERVQUAL* digunakan dalam pengambilan data kualitatif yang di peroleh dari data kuesioner. Penilaian responden terhadap atribut – atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert meliputi :

Skala yang digunakan untuk data tingkat harapan (Expected Service) :

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

Tabel 1. Nilai Gap Score Atribut

ATRIBUT	No	Nilai Kepentingan	Nilai Kepuasan	Gap Score
TANGIBLES	1	2.67	2.92	-0.25
	2	2.64	2.60	0.04
	3	3.04	2.96	0.08
	4	2.63	3.26	-0.64
RELIABILITIY	5	3.76	3.64	0.12
	6	3.60	3.49	0.11
	7	3.79	3.63	0.16
RESPONSIVENSESS	8	3.85	3.69	0.16
	9	2.86	3.35	-0.50
	10	2.82	3.29	-0.48
ASSURANCE	11	3.82	3.67	0.16
	12	3.75	3.67	0.08
	13	3.66	3.53	0.13
	14	3.71	3.60	0.11
EMPHATY	15	2.72	3.64	-0.92
	16	3.74	3.58	0.16
	17	2.72	3.63	-0.91
	18	3.76	3.66	0.11

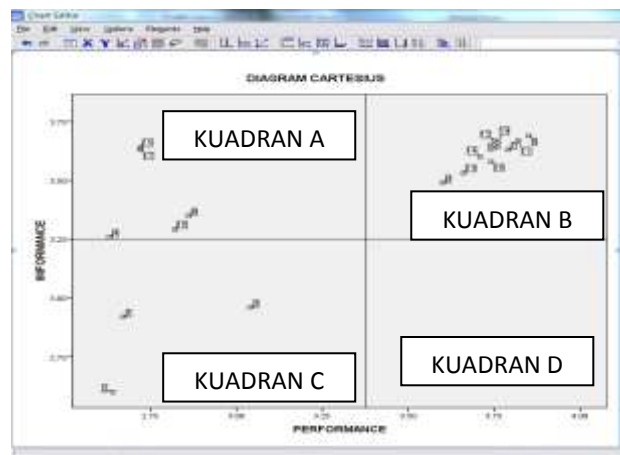
Berikut ini adalah hasil dari nilai gap per dimensi dan di dapatkan nilai *servqual* atau pelayanan secara keseluruhan.

Tabel 2. Rata - rata setiap Atribut

No	Dimensi	Kepentingan	Kepuasan	Gap Score
1	TANGIBLES	2.75	2.94	-0.19
2	RELIABLITIY	3.72	3.59	0.13
3	RESPONSIVENSESS	3.17	3.45	-0.27
4	ASSURANCE	3.74	3.62	0.12
5	EMPHATY	3.24	3.63	-0.39
Rata - Rata		3.32	3.44	-0.12

3.1.2 Importance Performance Analisis (IPA)

Metode IPA digunakan untuk mengelompokkan masing masing atribut berdasarkan tingkat prioritasnya dengan cara menampilkannya kedalam diagram kartesius. Adapun data yang di perlukan adalah nilai rata- rata kepentingan dan nilai rata-rata kinerja untuk setiap atribut yang telah di ketahui dari perhitungan *servqual* sebelumnya, kemudian di inputkan pada SPSS sehingga hasil sebagai gambar berikut :



Gambar 1. Diagram Cartesius

Penjelasan dari klarifikasi atribut-atribut pelayanan pada Warung Nasi Wong Solo Pondok Gede dengan diagram kartesius IPA diatas sebagai berikut :

1. Kuadran A, wilayah yang memuat atribut – atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi tingkat kepuasan masih rendah, warung harus meningkatkan secara terus menerus agar kinerjanya meningkat. Atribut pelayanan yang masuk dalam kuadran ini adalah atribut 4 yaitu kelengkapan menu makanan yang tersedia, atribut 9 yaitu ketanggapan dalam permintaan pelanggan, atribut 10 yaitu pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan, atribut 15 yaitu komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen, atribut 17 yaitu respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan .
2. Kuadran B, wilayah yang memuat atribut- atribut yang di anggap penting oleh pelanggan dan kinerja relative tinggi. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut 5 yaitu rasa makanan sesuai dengan keinginan konsumen, atribut 6 yaitu prosedur dan kemampuan juru masak dalam menciptakan rasa makanan sesuai keinginan konsumen, atribut 7 yaitu Ketepatan waktu dalam menyajikan makanan, atribut 8 yaitu responsif dalam menanyakan kebutuhan pelanggan, atribut 11 yaitu keramahan dan kesopanan pelayan dalam memberikan pelayanan, atribut 12 yaitu harga terjangkau, atribut 13 yaitu jaminan kualitas produk dan pelayanan, atribut 14 yaitu kepercayaan dan kejujuran pelayan , atribut 16 yaitu pemahaman pelayan terhadap kebutuhan konsumen, atribut 18 yaitu kesabaran pelayan dalam melayani pelanggan.
3. Kuadran C wilayah yang memuat atribut- atribut yang di anggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja tidak terlalu tinggi. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah atribut 1 yaitu

kebersihan fasilitas warung(ruang makan, ruang masak, toilet), atribut 3 yaitu lokasi warung strategis dan mudah di temukan , atribut 2 yaitu pelayan berpakaian berpenampilan rapih.

4. Kuadran D, wilayah yang membuat atribut –atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja relative tinggi atau berlebihan, yang masuk dalam kuadran kebutuhan konsumen, dan tidak ada atribut yang masuk ke dalam atribut ini.

3.1.4 Customer need

Customer Need atau biasa disebut *voice of customer* (VOC), penentuan VOC didapat dari hasil Quadran 1 dari hasil perhitungan Importance Performance Analysis. Berikut adalah kriteria *customer need* yang di gunakan .

1. Atribut 4 yaitu kelengkapan menu makanan yang tersedia di Warung Makan Wong Solo.
2. Atribut 9 yaitu ketanggapan dalam permintaan pelanggan Warung Makan Wong Solo.
3. Atribut 10 yaitu pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan Warung Makan Wong Solo.
4. Atribut 15 yaitu komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen Warung Makan Wong Solo.
5. Atribut 17 yaitu respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan Warung Makan Wong Solo.

3.1.5 Penentuan Importance Rating

Setelah berhasil menentukan *customer need* yang telah di peroleh melalui wawancara dengan responden, langkah selanjutnya adalah menentukan berapa nilai important rating dari keinginan para responden, important rating di dapat dari penyebaran kuesioner yang berjumlah 204 kuesioner. Sebanyak 204 lembar akan di pakai untuk menentukan important rating.

Dalam penentuannya, important rating didapat melalui perhitungan nilai rata- rata dari jumlah seluruh skor kuesioner pada setiap butir pertanyaan.

Berikut adalah hasil tingkat kepuasan dari kriteria yang di gunakan.

Tabel 3. Tabel Important Rating

No	IMPORTANT RATING						SUM	AVERAGE	Nilai Kepentingan menurut customer
	STS	TS	N	S	SS				
	1	2	3	4	5				
1	10	36	64	78	16	666	3.26	1	
2	7	25	73	87	12	684	3.35	3	
3	13	25	71	79	16	672	3.29	2	
4	3	17	59	96	29	743	3.64	5	
5	0	8	74	108	14	740	3.63	4	

3.1.6 Penentuan Tehnical Requitment

Setelah berhasil mengetahui keinginan dari pekerja, kemudian setiap keinginan dari para pekerja harus di terjemahkan langsung secara teknis keinginan penelitian, berikut adalah *technical requitment* yang telah di tentukan.

- 1) Melengkapi ketersediaan menu makanan lebih banyak dan lengkap.
- 2) Membekali pelayan dengan pelatihan mengenai ketanggapan dalam melakukan peelayanan.
- 3) Membuat daftar meu sebagai sarana informasi.
- 4) Membekali pelayan dengan pelatihan tata cara dalam berbicara di depan umum dengan baik dan benar.
- 5) Membuat kotak saran sebagai indikator menerima masukan dan keluhan pelanggan.

3.1.7 Nilai Posisi Warung

Untuk mengetahui sejauh mana nilai kepuasan pelayanan yang di rancang memuaskan coustome, diperlukan data nilai tentang kepentingan kualitas pelayanan pada warung. Terlebih dulu harus mempunyai data penilaian kinerja terhadap warung. Berikut adalah hasil kuesioner .

Tabel 4. Tabel Important Rating

No	IMPORTANT RATING						SUM	AVERAGE	Nilai Kepentingan menurut customer
	STS	TS	N	S	SS				
	1	2	3	4	5				
1	10	36	64	78	16	666	3.26	1	
2	7	25	73	87	12	684	3.35	3	
3	13	25	71	79	16	672	3.29	2	
4	3	17	59	96	29	743	3.64	5	
5	0	8	74	108	14	740	3.63	4	

3.1.8 Penentuan Identifikasi Prioritas

Pada tahap penentuan identifikasi prioritas terdapat prioritas terdapat proses klasifikasi yang harus di tentukan terlebih dahulu, peroses tersebut adalah.

1. Goals : adalah tingkat kinerja yang ingin di capai oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan kualitas kepuasan.pelanggan.
2. Sales Point : Sales point adalah data yang berisi informasi tentang kemampuan dalam menjual produk atau jasa, didasarkan seberapa baik tiap kebutuhan pelanggan dipenuhi. Nilai yang paling umum digunakan pada sales point adalah 1.0.tanpa titik penjualan, 1.1.titik penjualan menengah dan 1.5.titik penjualan kuat.
3. Improvement Ratio : adalah perbandingan antara nilai goals dengan nilai dari nilai posisi Warung Nasi Wong Solo. Nilai improvement ratio didapat dengan cara goals/nilai posisi warung.
Berikut adalah hasil perhitungan nilai improvement ratio.

Tabel 5. Tabel Improvement Ratio

No	IMPORTANT RATING						SUM	AVERAGE	Nilai Kepentingan menurut customer
	STS	TS	N	S	SS				
	1	2	3	4	5				
1	10	36	64	78	16	666	3.26	1	
2	7	25	73	87	12	684	3.35	3	
3	13	25	71	79	16	672	3.29	2	
4	3	17	59	96	29	743	3.64	5	
5	0	8	74	108	14	740	3.63	4	

4. Row Weight : data row weight diperoleh melalui perhitungan rating improvement ratio dan sales point. Row weight digunakan untuk menentukan menentukan tindakan apa yang akan di lakukan dalam kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Tabel Row Weight

No	Atribut	Point	Importance Rating	Importance Ratio	Row Weight
1	Kelengkapan menu makanan yang tersedia	1.1	1	1.10	1.21
2	ketanggapan dalam permintaan pelanggan	1.1	3	0.37	1.21
3	pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan	1.1	2	0.55	1.21
4	komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen	1.1	5	0.22	1.21
5	Respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan	1.1	4	0.28	1.21

Dari hasil data yang telah didapat maka dapat kita lihat bahwa kriteria memiliki bobot paling besar akan dijadikan acuan untuk meningkatkan pelanggan yang baru. Kriteria tersebut adalah:

1. Melengkapi ketersediaan menu makanan lebih banyak dan lengkap.
2. Membekali pelayan dengan pelatihan mengenai ketanggapan dalam melakukan pelayanan.
3. Membuat daftar menu sebagai sarana informasi.
4. Membekali pelayan dengan pelatihan tata cara dalam berbicara di depan umum dengan baik dan benar.
5. Membuat kotak saran sebagai indikator menerima masukan dan keluhan pelanggan.

3.1.9 HOUSE OF QUALITY (HOQ)

Setelah semua data quality function deployment dapat dipenuhi. Maka *House Of Quality* dapat dibuat. Dalam tabel ini berisi mengenai rencana pelayanan. Tabel *House Of Quality* dapat terlihat dibawah :

Tabel 5. Tabel HOQ

No	Customers Need	Importance Rating					Evaluasi Target					Goals	Point	Importance Ratio	Row Weight
			Melengkapi ketersediaan menu makanan lebih banyak dan lengkap	Membekali pelayan dengan pelatihan mengenai pelayanan yang baik, cepat dan tanggap secara ramah	Membuat daftar menu sebagai sarana informasi	Mengadakan kotak saran sebagai dan keluhan pelanggan	1	2	3	4	5				
1	Kelengkapan menu makanan yang tersedia	1	9	0	0	0					√	5	1.1	4.545	25.000
2	Ketanggapan dalam permintaan pelanggan	3	3	9	0	0					√	5	1.1	4.545	25.000
3	pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan	2	0	3	9	0					√	5	1.1	4.545	25.000
4	komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen	5	0	9	9	0					√	5	1.1	4.545	25.000
5	Respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan	4	0	9	0	9					√	5	1.1	4.545	25.000
TARGET			Selalu menyiapkan menu makanan yang lengkap dan lengkap	Melakukan pelatihan dan evaluasi berkala mengenai pelayanan yang baik, cepat dan tanggap	Membuat daftar menu sebagai sarana informasi	Mengadakan kotak saran sebagai dan keluhan pelanggan									
WEIGHT			18.00	114.00	81	36									
PRIORITY			4	1	2	3									

Dari hasil data yang telah didapat maka dapat kita lihat bahwa kriteria yang memiliki bobot nilai paling besar akan dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baru. Kriteria tersebut adalah :

1. Kelengkapan menu makanan yang tersedia di Warung Nasi Wong Solo.
2. pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan.
3. ketanggapan dalam permintaan pelanggan.
4. Respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan.
5. komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen.

3.1.10 Analisa Tingkat Kepuasan Setelah Perbaikan

Usulan perbaikan di serahkan kepada pihak pengelola untuk di laksanakan. Setelah di laksanakan perbaikan dilakukan jangka waktu 3 minggu kemudian menyebarkan kuesioner kembali yang hanya di fokuskan pada atribut- atribut yang menjadi prioritas utama . Bertujuan untuk mengetahui apakah hasil dari perbaikan tersebut dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan, berdasarkan skor yang di peroleh dari tabel 4.6 menyatakan bahwa perbaikan berhasil.

Tabel 5. Skor Sebelum dan Sesudah Perbaikan

No	Atribut	Sebelum Perbaikan	Sesudah Perbaikan
1	Kelengkapan menu makanan yang tersedia	3.26	3.70
2	ketanggapan dalam permintaan pelanggan	3.35	3.64
3	pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan	3.29	3.71
4	komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen	3.64	3.68
5	Respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan	3.63	3.72

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan yaitu terdapat 5 atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu diperhatikan dan diperbaiki, atribut 4 yaitu kelengkapan menu makanan yang tersedia di Warung Makan Wong Solo dengan Improvement ratio 5 dan Importance Ratio 1.1, atribut 9 yaitu ketanggapan dalam permintaan pelanggan Warung Makan Wong Solo dengan Improvement ratio 1.67 dan Importance Ratio 0.37, atribut 10 yaitu pemberian informasi menu makanan terhadap pelanggan Warung Makan Wong Solo dengan Improvement ratio 2.5 dan Importance Ratio 0.55, atribut 15 yaitu komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen Warung Makan Wong Solo dengan Improvement ratio 1 dan Importance Ratio 0.22, atribut 17 yaitu respon baik terhadap saran dan keluhan pelanggan Warung Makan Wong Solo dengan Improvement ratio 1.25 dan Importance Ratio 0.28.

Terdapat 5 usulan perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai berdasarkan atribut yaitu Melengkapi ketersediaan menu makanan lebih banyak dan lengkap, membekali pelayan dengan pelatihan mengenai ketanggapan dalam melakukan pelayanan, membuat daftar menu sebagai sarana informasi, membekali pelayan dengan pelatihan tata cara dalam berbicara di depan umum dengan baik dan benar, membuat kotak saran sebagai indikator menerima masukan dan keluhan pelanggan.

Setelah di laksanakan perbaikan yang dilakukan dalam jangka waktu 3 minggu, hasil skor kuesioner 5 atribut yang harus di perbaiki di dapatkan terjadi kenaikan yang semula rata-rata skor kepuasan di angka 3.44 menjadi 3.69 dan perbaikan di nyatakan berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Bora, M. Ansyar. n.d. "Desain Produk Jasa Layanan Dengan Menggunakan Metode Quality. ? 2018 Vol.2 No.2 ISSN : 2597-8950
- "Kurniawan, Pratama. 2018. "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality Pada PT. OSG Indonesia." Universitas Mercu Buana.
- Kusumawardhani, Arianti, and Shafiq Nurdin. 2018. "Implementasi Metode Quality Function Deployment (Ofd) Dalam Menganalisis Kualitas Pelayanan Pada Warung Politeknik." *Teknika: Engineering and Sains Journal* 2(2):95. doi: 10.51804/tesj.v2i2.240.95-102. ISSN2579-5422
- Azizah, Ikrimah Nur, Rissa Nur Lestari, and Humiras Hardi Purba. 2018. "Penerapan Metode Quality Function Deployment Dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Pada Industri Komponen Otomotif." *Jurnal Teknik Industri* 19(2): 127. doi: 10.22219/jtiumm.vol19.no2.127-136, ISSN 1978-1431/ISSN 254112.
- R, Nugroho S. F. Ririh K. 2019. "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE QFD DI PT. YAMAHA HARAPAN MOTOR SEJAHTERA. " ISSN VOL.01(2).
- Metode Servqual Dan Quality Function Deployment (Ofd) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan." *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)* 1(1):1-7 Vol. 19, pp 127-136 ISSN 1978-1431/ISSN 2527-4112 .
- Yamaha, Warung, Mandala Motor, J. L. Mayjend, and Sungkono No. 2014. "Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Warung Sepeda Motor Menggunakan Metode Ofd (. "JTM VOL.01 (4): 172-78.
- Kasan, A., & Yohanes, A. (2017). Improvement Produk Hammock Sleeping Bag Dengan Metode Qfd (Quality

- Function Deployment). *Dinamika Teknik*, 10(1), 40–49.
- Kusuma, A., & Rakhman, A. (2017). Peningkatan Keterampilan Olah Data (SPSS) Pada Mahasiswa DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 1(1), 49–54. <https://doi.org/10.30591/japhb.v1i1.688>
- Sucianto Tjia, H., & Kadafi, Ma. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian The effect of product quality and distribution prices on purchasing decisions*. 14(2), 92–97.
- Teknik, F., Surabaya, U. N., Mesin, J. T., Teknik, F., Surabaya, U. N., & Deployment, Q. F. (2017). The main focus of QFD is to engage customers in the product development process as early as possible . The purpose of QFD themselves as much as possible not only meet customer expectations , but also to go beyond customer expectations as a way to compete. *JPTM*, 06, 94–104.