

PENERAPAN METODE QFD (*QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*) DI UD GARUDA MOTOR JAJAG, BANYUWANGI

Giovani Hartanto Ardian Utomo, Stefanus Budy Widjaja S., Fitri Novika Widjaja

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

kirragiovani@gmail.com

Intisari- Dalam rangka melakukan peningkatan kualitas layanan di UD Garuda Motor Jajag, dilakukan kajian dengan mengimplementasikan *Quality Function Deployment* (QFD). Tujuan dari implementasi *Quality Function Deployment* (QFD) ialah untuk mendapatkan *Voice of Customer*, Prioritas Tindakan Respon Teknis, serta menghasilkan usulan strategi yang sebaiknya diambil oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Berdasarkan kajian yang dilakukan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang diterapkan terhadap *service quality*, terdapat lima dimensi kualitas layanan yang digunakan (*tangible, assurance, reliability, responsiveness, dan empathy*) dan didapatkan usulan tindakan respon teknis yang dilakukan perusahaan (mengganti peralatan bengkel yang usang dan mengadaptasi peralatan baru, membuka cabang baru yang lebih strategis, menerapkan SOP yang telah dibuat, membuat sistem antrian dengan angka, *training problem solving* dan penjelasan F.A.Q terhadap karyawan, melakukan sewa jasa *software developer*, memberlakukan sistem waktu tunggu maksimum, peningkatan komunikasi antar departemen penjualan dengan departemen lain, diberlakukan *meeting* tambahan bagi karyawan, dan penanaman visi dan misi perusahaan). Dari perhitungan, dapat diketahui bahwa semua respon teknis dari perusahaan belum maksimum dan perlu ditingkatkan lagi, guna meningkatkan kualitas layanan yang ada di UD Garuda Motor Jajag.

Kata Kunci: *Voice of Customer, Quality Function Deployment, Service Quality.*

Abstract- *In order to upgrade the quality of services in UD Garuda Motor Jajag, the research done by implementing Quality Function Deployment (QFD). The purpose of Quality Function Deployment (QFD) implementation is to get the*

Voice of Customer, Technical Response Actions Priority, as well as strategies that resulted in the proposal should be taken by the company to improve service quality.

Based on research conducted using the method Quality Function Deployment (QFD) which implemented to service quality, occurred five dimension of service quality (tangible, assurance, reliability, responsiveness, and empathy) and concluded technical response actions (replace workshop obsolete tools and adapt new tools, open new more strategic business branch, implement already made SOP, create new queue system using numbers, conduct training problem solving and FAQ explanation to employees, hire software developer, imposing maximum waiting time, increase communication of sales department and other department, hold additional meeting for employees, and implementation of company vision and mission). From the calculations, can be seen that all the technical response from the company haven't met the desired value and needs to be improved, in order to improve service quality in UD Garuda Motor Jajag.

Key Word: Voice of Customer, Quality Function Deployment, Service Quality.

PENDAHULUAN

Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi membutuhkan komponen pendukung berupa alat transportasi yang memadai dalam hal perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Saat ini kebutuhan akan transportasi lebih mudah didapatkan dan jenisnya pun sangat bervariasi. Masyarakat memiliki berbagai alternatif alat transportasi yang dapat dipilih dalam mendukung aktivitas kehidupannya. Dibutuhkan alat transportasi yang mampu memenuhi tingkat mobilitas yang tinggi dan mudah didapatkan dari segi harga dan tempat pembelian. Sepeda motor merupakan pilihan nomor satu masyarakat Indonesia dalam hal kendaraan untuk memenuhi kebutuhan alat transportasi karena bentuknya yang ramping (gesit), cenderung murah, dan bahan bakar yang irit.

Jumlah populasi sepeda motor di Indonesia hingga akhir 2015 diperkirakan mencapai 93,25 juta unit, menurut riset dan kompilasi data duniaindustri.com. Tingginya jumlah populasi sepeda motor tersebut sejalan dengan tingkat rasio kepemilikan yang mencapai 140 unit per 1.000 penduduk. Berdasarkan data terbaru, Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat, ada

86,253 juta unit sepeda motor di seluruh Indonesia pada April 2014, naik 11% dari tahun sebelumnya 77,755 juta unit (<http://duniaindustri.com>).

UD Garuda Motor J ajag merupakan *dealer* yang menjual sepeda motor Honda. UD Garuda Motor Jajag mampu memimpin pasar dengan berhasil meraih penjualan tertinggi di Banyuwangi pada tahun 2015 dengan berhasil menjual 1.726 unit motor dibandingkan dua kompetitor lain yaitu UD Garuda Jaya Motor Genteng yang berhasil membukukan penjualan sebesar 1.627 unit pada tahun 2015 dan UD Garuda Motor Banyuwangi dengan penjualan sebesar 1.534 unit pada tahun 2015.

Observasi penting dilakukan untuk melihat kondisi lapangan secara langsung demi melihat hal penting yang terjadi secara nyata. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di UD Garuda Motor Jajag, keadaan yang terjadi di lapangan adalah seperti seragam karyawan terdapat noda bekas oli, ruang tunggu tergabung dengan tempat servis, ruang tunggu ber-AC tidak difungsikan, dan kondisi tempat parkir konsumen dan karyawan yang sama serta saling berhimpitan. Selain itu, audit eksternal pelayanan dari PT MPM masih belum dilaksanakan secara sempurna sehingga mengakibatkan ketidakpuasan konsumen dari segi pelayanan.

Faktor pelayanan merupakan komponen yang penting untuk diperhatikan oleh setiap *dealer* motor dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Pelayanan yang berkualitas mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan di pasar. Karim dan Chowdhury (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dianggap sebagai alat yang penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan yang membedakannya dengan para pesaing, sedangkan Malik *et al.* (2012) menyatakan layanan perusahaan yang berkualitas merupakan faktor yang menyebabkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan di pasar.

Yulianti dan Soenandi (2014) menjelaskan bahwa *Quality Function Deployment* (QFD) adalah metode yang mampu mengintegrasikan suara pelanggan (*Voice Of Customer*) ke dalam perencanaan dan perancangan suatu layanan. Dari hasil suara konsumen, maka perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari konsumen pada suatu layanan. Sehingga

perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan segi pelayanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dijelaskan bahwa fokus utama dari QFD adalah melibatkan pelanggan pada proses perbaikan layanan.

PROFIL PERUSAHAAN

UD Garuda Motor Jajag terletak di Jl PB Sudirman 44 Jajag, Desa Jajag, Kecamatan Gambiran, Kabupaten Banyuwangi RT 2 / RW 2. Nomor kantor (0333) 394523, nomor hp kantor 081252325242 dan nomor fax (0333) 394522. Saat ini, *dealer* memiliki 38 jumlah karyawan.

HASIL IMPLEMENTASI

Pada uji validitas, penelitian ini menggunakan nilai korelasi *pearson product moment* (r) dengan kriteria sebuah item kuesioner dinyatakan valid jika nilai r memiliki tingkat signifikan kurang dari 5% (Silalahi, 2012:246). Pada pengujian reliabilitas, penelitian ini menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan kriteria variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6.

Setelah diketahui bahwa 30 data responden sudah valid dan reliabel maka selanjutnya dilakukan implementasi QFD. Implementasi sebagai berikut:

A. Matriks Perencanaan

Matriks perencanaan ini digunakan untuk menentukan proyek pengembangan yang dilakukan oleh UD Garuda Motor Jajag agar lebih terkonsentrasi menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Urutan matriks perencanaan:

1. Importance to Customer

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kepentingan konsumen (*Importance to Customer*), dimana data yang digunakan ialah nilai rata-rata dari nilai harapan konsumen yang merupakan gambaran kepentingan konsumen. Berdasarkan hasil urutan mengenai harapan konsumen terhadap pelayanan yang ingin diperoleh di UD Garuda Motor Jajag terlihat bahwa konsumen memprioritaskan pada dimensi *Tangible* Dan *Assurance*. Hal ini menjelaskan bahwa konsumen menginginkan

fasilitas fisik dan peralatan, yang *modern*, lokasi mudah dijangkau, karyawan yang berpenampilan rapi dan sopan serta memiliki pengetahuan yang mendukung pekerjaan.

2. *Customer Satisfaction Performance*

(*Customer Satisfaction Performance*) merupakan kenyataan mengenai pelayanan yang diterima oleh konsumen ketika melakukan pembelian motor di UD Garuda Motor Jajag. Berdasarkan hasil urutan mengenai perihal yang dapat memberikan rasa puas kepada konsumen UD Garuda Motor Jajag mengenai pelayanan yang diberikan, terlihat bahwa konsumen merasa puas pada dimensi *emphaty*. Namun hal utama yang menjadi faktor utama penentu kepuasan konsumen ialah bengkel memiliki peralatan yang *modern* dan memadai untuk mendukung kegiatannya.

3. *Penghitungan Target Value / Goal*

Target Value atau *Goal* merupakan suatu nilai yang menunjukkan target yang harus dicapai terhadap tingkat kepuasan variabel. Berdasarkan hasil penghitungan, diketahui bahwa nilai *goal* secara keseluruhan didominasi oleh nilai harapan (*Importance to Customer*) dari konsumen UD Garuda Motor Jajag daripada nilai kenyataan (*Customer Satisfaction Performance*) yang dialami oleh konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh UD Garuda Motor Jajag.

4. *Improvement Ratio*

Penghitungan nilai *Improvement Ratio* (IR) memiliki tujuan untuk mengetahui besaran perbaikan yang harus dilakukan oleh UD Garuda Motor Jajag terhadap setiap dimensi dan atribut dalam kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila nilai *Improvement Ratio* (IR) menunjukkan nilai yang tinggi, menjelaskan bahwa atribut tersebut memerlukan perbaikan. Berdasarkan hasil penghitungan nilai *improvement ratio*, diketahui bahwa atribut yang perlu mendapat perhatian lebih untuk dilakukan perbaikan untuk menunjang peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD Garuda Motor Jajag ialah pada sisi *tangible* atau fisik kantor.

5. Sales Point

Sales point merupakan informasi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen berdasarkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Terdapat tiga nilai *sales point* yang digunakan untuk menjelaskan kepentingan dari setiap kebutuhan konsumen bagi perusahaan, yakni (Cohen, 1995): nilai 1 jika tidak penting, nilai 1.2 jika penting, nilai 1.5 jika sangat penting. Diketahui bahwa terdapat 10 atribut yang termasuk kebutuhan utama konsumen akan pelayanan mengenai penjualan motor dengan kategori “sangat penting” bagi UD Garuda Motor Jajag. Kesepuluh atribut “sangat penting” tersebar di dimensi (*tangible, reliability, responsiveness, dan assurance*).

6. Raw Weight dan Normalized Raw Weight

Perhitungan *raw weight* bertujuan untuk mengetahui bobot kepentingan terbesar dari keseluruhan kebutuhan konsumen. Semakin tinggi nilai *raw weight* yang ditunjukkan maka akan dapat menambah kinerja dari kepuasan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diterima. Metode penghitungan untuk menghitung nilai *raw weight* ialah sebagai berikut:

Raw Weight

= *importance to customer x improvement ratio x sales point*

Berdasarkan hasil penghitungan yang ditunjukkan diketahui bahwa untuk atribut lokasi *dealer* mudah dijangkau, yang termasuk dalam dimensi *tangible*, merupakan atribut dengan nilai *raw weight* terbesar, yakni 9,4164. Hal ini menjelaskan bahwa atribut lokasi *dealer* merupakan atribut yang sangat penting dan membutuhkan perhatian untuk dilakukan perbaikan guna menunjang peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen UD Garuda Motor Jajag ketika melakukan pembelian motor.

B. Respon Teknis

Penentuan respon teknis didasarkan pada kondisi kinerja perusahaan, fungsi dan proses bisnis yang dimungkinkan. Matriks ini juga dapat disebut dengan matriks *voice of market*, yang berisi cara-cara perusahaan dalam

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berikut merupakan pengembangan *technical response* berdasarkan atribut dimensi *servqual*.

Respon Teknis

NO	Atribut prioritas	Respon teknis
1	Bengkel memiliki peralatan yang <i>modern</i> dan memadai untuk mendukung kegiatannya.	Mengganti peralatan bengkel yang usang dan mengadaptasi peralatan baru.
2	Lokasi <i>dealer</i> mudah dijangkau.	Membuka cabang baru yang lebih strategis.
3	<i>Dealer</i> menyediakan jasa jual sepeda motor sesuai dengan yang dijanjikan.	Menerapkan SOP yang telah dibuat.
4	<i>Dealer</i> memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	Membuat sistem antrian dengan angka.
5	<i>Dealer</i> dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani masalah konsumen.	<i>Training problem solving</i> dan penjelasan FAQ terhadap karyawan.
6	<i>Dealer</i> memiliki sistem pengarsipan dan pencatatan yang baik.	Melakukan sewa jasa <i>software developer</i> .
7	<i>Dealer</i> membelikan pelayanan yang cepat.	Memberlakukan sistem waktu tunggu maksimum.
8	<i>Dealer</i> dengan tepat memberitahukan kapan pelayanan akan diberikan.	Peningkatan komunikasi antar departemen penjualan dengan departemen lain.
9	Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka.	Diberlakukan <i>meeting</i> tambahan bagi karyawan.
10	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	Penanaman visi dan misi perusahaan.

C. Matriks Hubungan

Matriks hubungan merupakan matriks yang menunjukkan keeratan hubungan antara atribut dengan respon teknis yang diterjemahkan menjadi sebuah nilai yang menyatakan kekuatan hubungan tersebut. Hubungan nilai didasari dari hubungan *voice of customer* dan respon teknis yang telah dibuat. Terdapat empat puluh dua hubungan yang lemah dengan simbol (Δ), lima puluh empat hubungan yang sedang dengan simbol (\circ), empat puluh dua hubungan yang kuat dengan simbol (\bullet). Variabel yang tidak memiliki hubungan tidak dihitung karena tidak digunakan pada tahap perhitungan lebih lanjut.

D. Korelasi Teknis

Pada tahap korelasi teknis akan dibuat gambar yang menjelaskan hubungan antar respon teknis. Dalam menentukan nilai korelasi teknis, dibantu dengan menggunakan informasi yang diberikan oleh pihak manajemen melalui diskusi non formal. Hasil matriks korelasi ditunjukkan pada bagian atas (*Roof Of House Of Quality*).

E. Matriks Prioritas

Penentuan dalam matriks prioritas bertujuan mengetahui prioritas utama perusahaan dalam melakukan perbaikan atau peningkatan kualitas layanan dalam penjualan motor kepada konsumen. Matriks prioritas berisikan jumlah total nilai untuk setiap respon teknis, di mana angka-angka ini nantinya akan digunakan untuk menghitung *contribution*, yang merupakan sebuah kolom yang berisi angka yang menunjukkan besar kontribusi respon teknis dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Diketahui bahwa respon teknis ketiga, yakni menerapkan SOP yang telah dibuat, memiliki nilai prioritas yang paling besar yakni sebesar 5,0091 dengan nilai kontribusi sebesar 0,1940.

F. Analisis

Setelah dilakukan perhitungan komponen dari *House Of Quality*, maka selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh dan diolah. Proses analisis bertujuan untuk melihat secara *general* bagaimana tingkat pelayanan UD Garuda Motor Jajag terhadap harapan konsumen dari lima dimensi dan dua puluh tiga atribut layanan. Dengan metode *Quality Function Deployment*, maka dapat dipastikan (T3) yaitu toilet, ruang tunggu, dan *front office* bersih dan rapi, (T4) yaitu pegawai berpakaian seragam, berpenampilan rapi dan sopan, dan (T5) yaitu lokasi *dealer* mudah dijangkau, dapat dilakukan tindakan atau penanganan utama terkait pelayanan.

G. HOQ (House Of Quality)

Voice of Customer	Respon Teknis perusahaan												Nilai harapan	Nilai kenyataan	Nilai goal	Nilai IR	Sales point	Raw weight	Normalized weight	Rnk		
	Mengganti peralatan bengkel yang usang dan mengadaptasi peralatan baru.	Membuka cabang baru yang lebih strategis.	Memperbaiki SOP yang telah dibuat.	Membuat sistem antrian dengan angka.	Training problem solving dan penjelasan F.A.Q karyawan.	Melakukan sewa jasa software developer.	Membertahankan sistem waktu tunggu maksimum.	Pengkajian komunikasi antar departemen penjualan dengan departemen lain.	Diberlakukan meeting tambahan bagi karyawan.	Penanaman visi dan misi perusahaan.												
Tangible	Bengkel memiliki peralatan yang modern dan memadai untuk mendukung kegiatannya.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,67	3,87	4,67	1,2067	1,5	8,4529	0,0482	7	
	Kapasitas ruang tunggu yang memadai.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,64	3,44	4,64	1,3488	1,2	7,5101	0,0428	13	
	Toilet, ruang tunggu, dan front office bersih dan rapi.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,51	2,84	4,51	1,5888	1,2	8,5942	0,0490	2	
	Pegawai berpakaian seragam, berpenampilan rapi dan sopan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,60	3,01	4,60	1,5282	1,2	8,4356	0,0481	9	
Reliability	Lokasi dealer mudah dijangkau.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,62	3,40	4,62	1,3588	1,5	9,4164	0,0537	1	
	Dealer menyediakan jasa jual sepeda motor sesuai dengan yang dijanjikan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,52	3,62	4,52	1,2486	1,5	8,4655	0,0483	6	
	Dealer memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,39	3,54	4,39	1,2401	1,5	8,1660	0,0466	11	
	Dealer menunjukkan kesungguhan dalam menangani masalah konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,44	3,51	4,44	1,265	1,2	6,7399	0,0384	16	
Responsiveness	Dealer dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani masalah konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,49	3,63	4,49	1,2369	1,5	8,3305	0,0475	10	
	Dealer memiliki sistem pengarsipan dan pencatatan yang baik.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,38	3,83	4,38	1,1436	1,5	7,5134	0,0429	12	
	Dealer membelikan pelayanan yang cepat.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,49	3,58	4,49	1,2542	1,5	8,4470	0,0482	8	
	Dealer dengan tepat memberitahukan kapan pelayanan akan diberikan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,54	3,65	4,54	1,2438	1,5	8,4702	0,0483	5	
Assurance	Kesediaan karyawan untuk membantu konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,51	3,62	4,51	1,2459	1,2	6,7428	0,0385	15	
	Konsumen mendapatkan waktu pelayanan yang cukup dari karyawan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,36	3,42	4,36	1,2749	1,2	6,6702	0,0380	19	
	Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,66	3,81	4,66	1,2231	1,5	8,5494	0,0488	4	
	Konsumen merasa nyaman, aman (tidak khawatir) berinteraksi dengan karyawan.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,42	3,48	4,42	1,2701	1,2	6,7366	0,038	17	
Empathy	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada konsumen	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,57	3,66	4,57	1,2486	1,5	8,5591	0,0488	3	
	Karyawan dapat dipercaya mengenai kualitas pekerjaannya.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,53	3,58	4,53	1,2654	1,2	6,8787	0,0392	14	
	Karyawan memberikan pelayanan secara perorangan kepada konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,50	3,64	4,50	1,2363	1,2	6,6760	0,0381	18	
	Karyawan memberikan perhatian secara pribadi terhadap kepentingan konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,50	3,78	4,50	1,1905	1,2	6,4287	0,0367	22	
Sum of relationship	Karyawan memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,46	3,71	4,46	1,2022	1,2	6,4341	0,0367	21	
	Karyawan memahami kebutuhan/ keinginan konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,46	3,66	4,46	1,2213	1,2	6,5510	0,0374	20	
	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen.	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	4,47	3,78	4,47	1,1825	1,2	6,3429	0,0362	23	
	Sum of relationship	27	42	142	48	109	20	38	43	56	112											
Column weight	1,2564	1,9665	5,0091	2,216	3,378	0,9149	1,7397	1,9081	2,5117	4,9123												
Normalized column weight	0,0486	0,0761	0,1940	0,0858	0,1308	0,0354	0,0673	0,0739	0,0973	0,1903												
Prioritas	9	6	1	5	3	10	8	7	4	2												

RINGKASAN DAN REKOMENDASI

A. RINGKASAN

1. Terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. *Tangible* memiliki 5 atribut, *reliability* memiliki 5 atribut, *responsiveness* memiliki 4 atribut, *assurance* memiliki 4 atribut, dan *emphaty* memiliki 5 atribut.
2. Dalam *House of Quality* peningkatan kualitas layanan UD Garuda Motor Jajag terdapat tiga atribut tertinggi yang dibutuhkan (diharapkan) dalam melayani konsumen, yaitu: (1) Bengkel memiliki peralatan yang *modern* dan memadai untuk mendukung kegiatannya (*tangible1* dengan rata-rata 4,67). (2) Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka (*assurance1* dengan rata-rata 4,66). (3) Kapasitas ruang tunggu yang memadai (*tangible2* dengan rata-rata 4,64). Sedangkan untuk peringkat kepuasan konsumen, tingkat puas tertinggi, yaitu (1) Bengkel memiliki peralatan yang *modern* dan memadai untuk mendukung kegiatannya (*tangible1* dengan rata-rata 3,87). (2) *Dealer* memiliki sistem pengarsipan dan pencatatan yang baik (*reliabilitas5* dengan rata-rata 3,83). (3) Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pekerjaan mereka (*assurance1* dengan rata-rata 3,81).
3. *Quality Function Deployment* adalah pengembangan perusahaan yang didasarkan dari kondisi perusahaan (perusahaan yang telah berdiri lama). Maka dari itu, terdapat respon teknis untuk menjawab masalah dari dalam UD Garuda Motor Jajag. Respon teknis yang digunakan sebanyak sepuluh pernyataan yang menjawab tingkat *sales point* tertinggi.
4. Matriks hubungan merupakan matriks yang menunjukkan keeratan hubungan antara atribut dengan respon teknis yang diterjemahkan menjadi sebuah nilai yang menyatakan kekuatan hubungan tersebut. Dalam *House of Quality* yang diterapkan pada UD Garuda Motor Jajag, khususnya matriks hubungan (tabel 4.11) terdapat empat puluh dua hubungan yang lemah dengan simbol (Δ), lima puluh empat hubungan yang sedang dengan simbol (\circ), empat puluh dua hubungan yang kuat dengan simbol (\bullet).

5. Korelasi teknis merupakan atap dari rumah kualitas (*Roof of House of Quality*). Korelasi teknis menggambarkan hubungan antara respon teknis. Terdapat delapan belas hubungan positif sedang dan empat hubungan positif kuat.
6. Berdasarkan hasil penghitungan matriks prioritas, diketahui bahwa penerapan teknis ketiga, yakni menerapkan SOP yang telah dibuat, memiliki nilai prioritas yang paling besar yakni sebesar 5,0091 dengan nilai kontribusi sebesar 0,1940. Hal ini menunjukkan bahwa menerapkan SOP yang telah dibuat sangat mempengaruhi peningkatan layanan UD Garuda Motor Jajag, yaitu sebesar 19,4% dari total nilai kontribusi. Kemudian dibawahnya ialah respon teknis kesepuluh, yakni penanaman visi dan misi perusahaan, dengan nilai prioritas sebesar 4,9123 dengan nilai kontribusi sebesar 0,1903 (19,03%). Selanjutnya ialah respon teknis kelima, yakni *training problem solving* dan penjelasan FAQ terhadap karyawan, dengan nilai prioritas sebesar 3,3780 dengan nilai kontribusi sebesar 0,1308 (13,08%). Ketiga prioritas tersebut yang paling besar mempengaruhi kualitas pelayanan di UD Garuda Motor Jajag dengan total kontribusi sebesar 51,51%.

B. REKOMENDASI

1. Berdasarkan penyebaran kuisioner, terdapat angka rata-rata yang paling tinggi dari tingkat harapan, yaitu bengkel memiliki peralatan yang *modern* dan memadai untuk mendukung kegiatannya dan terdapat angka rata-rata yang paling rendah dari tingkat kepuasan, yaitu karyawan mengutamakan kepentingan konsumen (nilai rata-rata sebesar 3,78). Tingkat harapan tertinggi harus di capai dengan mengganti peralatan yang usang dan menggunakan peralatan yang baru agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ada. Selain itu, dari tingkat kepuasan terendah, karyawan harus mengutamakan kepentingan konsumen sehingga keinginan dan kebutuhan konsumen akan sepeda motor yang tepat (keinginan dan kenyataan terpenuhi sehingga tercipta kepuasan).

2. Pihak manajemen UD Garuda Motor Jajag memang telah melakukan atau mengadakan penyebaran kuisioner setiap dilakukannya pembelian, namun data tersebut harus dimasukkan kedalam *data base* dan digunakan demi meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, pihak *dealer* juga harus secara aktif mengganti pertanyaan (faktor-faktor) menjadi lebih relevan sesuai dengan yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh konsumen.
3. Pihak manajemen dapat memberikan inovasi (berdasarkan respon teknis 6 yaitu, melakukan sewa jasa *software developer*) dengan membuat layanan pembelian online melalui *website* dan aplikasi untuk *smartphone* untuk menampung setiap informasi yang diberikan oleh konsumen mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak UD Garuda Motor Jajag. Hal ini dapat membantu memudahkan pihak UD Garuda Motor Jajag untuk melakukan evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan dengan tidak melupakan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan UD Garuda Motor Jajag.
4. Berdasarkan hasil analisis QFD yang telah dilakukan, diketahui bahwa sisi *tangible*, yang merupakan (T3) pegawai berpakaian seragam, berpenampilan rapi dan sopan, serta (T4) toilet, ruang tunggu, dan *front office* bersih dan rapi, dan (T5) lokasi *dealer* mudah dijangkau merupakan perihal yang perlu mendapat perbaikan pertama. Sehingga dalam hal ini, pihak UD Garuda Motor Jajag dapat meningkatkan kualitas layanan untuk (T3) berupa mengharuskan untuk memakai seragam yang telah ditentukan dengan kriteria rapi (tidak kusut, seragam dimasukkan, dan kancing dikancingkan hingga kedua dari atas), bersih (bebas noda dan tidak kusam) dan tidak berbau, (T4) kebersihan toilet (tidak berbau air seni dan air besar, tidak terdapat bekas alas kaki dilantai, bebas serangga, dan bak penampungan air tidak ada noda dan berair jernih) dan ruang tunggu (tidak terdapat abu dan puntung rokok dilantai, bebas dari sampah, dan tidak licin karena oli) ditingkatkan dan menyediakan lokasi

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei-Agustus 2010*.
- Asep, Isyanto, P., dan Irma, E. 2012. Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen Rental DVD Pada Perusahaan Jasa Rental DVD Club Cabang Tuparev-Karawang. *Jurnal Manajemen Vol. 09 No. 4 Juli 2012*.
- Fadli, Sulaeman, E., dan Mimin. 2013. Analisis Kepuasan Pasien rawat Inap Pada RS. Delima Asih Sisma Medika Karawang. *Jurnal Manajemen Vol. 10 No. 3 April 2013*.
- Gharakhani, D., dan Eslami, J. 2012. "Determining Customer Needs Priorities For Improving Service Quality Using QFD". *International Journal of Economics and Management Sciences Vol.1 No.6*, 21-28.
- Hartanti, F. T., dan Hariastuti, N. L. 2015. Integrasi SERVQUAL Dan QFD Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya. *Jurnal Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III*.
- Harto, Budi. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Fuzzy Servqual* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan. *Jurnal Teknoif Vol.03 No. 1 April 2015*.
- Irawan, D., dan Japarianto, E. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 2*, 1-8.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: P T. Elex Media Komputindo.
- Irawati, D. Y., Singgih, M. L., dan Syahrudin, B. 2014. Integrasi Quality Function Deployment (QFD) Dan Cojoint Analysis Untuk Mengetahui Preferensi Konsumen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri, Vol. 13, No. 2*, 618-640.
- Kotler, P. dan Keller. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniasih, D. 2013. Analisis Perancangan Skateboard Dengan Quality Function Deployment-House Of Quality. *Jurnal Spektrum Industri, Vol. 11, No. 2*, 117-242.

- Lely Octavia dan Lie Winarta. 2011. Studi Deskriptif Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Kafe De Bolivia Surabaya. *Jurnal Fakultas Ekonomi Di Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Lutvianto, N., Ef fendi, U., dan Ikasari, D. M. 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Sari Alang-alang Pesona Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi Kasus Pada UKM R. Rovit Kota Wisata Batu). *Artikel Ilmiah Jurusan Teknologi Industri Pertanian Universitas Brawijaya*.
- Malik, Ehsan. 2012. Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakis tan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 3 No. 23; December 2012.
- Piri, H. G. 2013. Kual itas Pelayanan Jasa Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Steiner Salon Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1. No. 4 Desember 2013, Hal. 504-512*.
- Pratama, Handika Fikri. 2013. Pengaru h Kualitas Pela yanan Petugas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Sejarah Benteng Marlborough Kota Bengkulu. *Jurnal Universitas Riau*.
- Rahmawati, Diana. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Economia, Vol. 9, No. 1*.
- Saidani, B., dan Arifin, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3, No. 1*.
- Sembiring, I. J., dan Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasa n Pelanggan Dala m Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pela nggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 15, No. 1*.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama*.
- Sriwana, I. K., dan Silaban, F. 2012. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pelanggan Telkomsel Dengan Menggunakan Metode QFD (*Quality Function Deployment*). *Jurnal Inovisi™, Vol. 8, No. 2*.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susila, G. P., Yulianthini, N. N., dan Henny, N. L. 2014. Implementasi Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Layanan Publik Di RSUD Kabupaten Buleleng Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 3, No. 2*.
- Tumangkeng, G. A. 2013. Kualitas Produk, Suku Bangsa Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. *Jurnal EMBA; Vol. 1, No. 4*.
- Utama, I. G. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata; Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wulandari, S. H., dan Ciptomulyono, U. 2011. Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Integrasi Metode Fuzzy *Servqual* dan QFD (Studi Kasus: Program Studi S1 Sistem Informasi STIKOM Surabaya). *Jurnal Online Institut Teknologi Surabaya*.
- Yulianti, N., dan Soenandi, I. A. 2014. Usaha Peningkatan Pelayanan PT. X Supermarket Dengan Metode Fuzzy Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri, Vol. 2, No. 1, 21-27*.
- <http://duniaindustri.com/jumlah-populasi-motor-di-indonesia-diestimasi-9325-juta-unit/> diunduh pada tanggal 10 April 2016.
- <http://marketeers.com/pangsa-pasar-ahm-di-2015-tertinggi-sepanjang-sejarah-industri-motor/> diunduh pada tanggal 10 April 2016.