

## MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN DI HOLLAND BAKERY TEGAL ROTAN DENGAN METODE IPA, KANO, DAN QFD

*[Improving the Service Quality at Holland Bakery Tegal Rotan with IPA,  
Kano, and QFD Method]*

Marco Reinhart<sup>1)</sup>, Fuji Rahayu Wilujeng<sup>2)</sup>,

<sup>1,2)</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Bunda Mulia

Diterima : 28 Januari 2022 / Disetujui : 09 Februari 2022

### ABSTRACT

Every year there is an increase that occurs so that the industry continues to compete to provide the best service, including the food industry. Service quality that is appropriate or even better than customer expectations will increase a customer's loyalty to the product or service provided. Holland Bakery itself already has more than 200 outlets throughout Indonesia spread in many cities. The quality of service provided by one of the Holland Bakery counters in Tegal Rotan can be seen by looking at the results of the answers from 30 customers on the initial questionnaire where 6 attributes with higher satisfaction and 11 attributes with higher dissatisfaction can be said that the quality of service provided is not good. . The research was conducted using four methods, namely servqual, IPA, Kano and QFD where servqual will be used to determine what attributes can satisfy customers through the use of five components and five gaps where it is found that there are 13 attributes that have negative gaps. After that, the IPA method will be used to find out the variables that need improvement by dividing them on a Cartesian diagram, the Kano method to determine the priority of attribute improvement according to the category, then the IPA and Kano methods will be integrated to get the "attributes that require improvement and will be brought into the QFD method. to improve service quality to match customer expectations and expectations by connecting the "voice of customer" into the overall service performed by the Tegal Rotan Holland Bakery counter where the technical response sequences that need to be carried out by companies to improve the quality of their services are obtained. This study shows that there are 13 attributes that have a negative gap, 10 attributes are in quadrant I and 3 attributes are in quadrant III, there are 13 attributes that are priorities for improvement, and technical responses that can be carried out on a priority basis to overcome the causes of problems or improve quality service.

**Keywords:** Service Quality, Servqual, Importance Performance Analysis, metode kano, Integrasi IPA-Kano, Quality Function Deployment

### ABSTRAK

Setiap tahun ada peningkatan yang terjadi sehingga membuat industri terus bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik termasuk industri makanan. Kualitas pelayanan yang sesuai atau bahkan lebih baik dari harapan pelanggan akan meningkatkan loyalitas seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan. Holland Bakery sendiri sudah memiliki lebih dari 200 gerai di seluruh Indonesia yang tersebar di banyak kota. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh salah satu counter Holland Bakery yang berada di Tegal Rotan dapat dilihat dengan melihat hasil jawaban 30 pelanggan pada kuisioner awal dimana 6 atribut dengan kepuasan lebih tinggi dan 11 atribut dengan ketidakpuasan lebih tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum baik. Penelitian dilakukan menggunakan empat metode yaitu *servqual*, IPA, Kano dan

QFD dimana *servqual* akan digunakan untuk mengetahui atribut apa yang dapat memuaskan pelanggan melalui penggunaan lima komponen serta lima kesenjangan dimana didapatkan bahwa ada 13 atribut yang memiliki kesenjangan *negative*. Setelah itu akan digunakan metode IPA untuk mengetahui variabel yang perlu perbaikan dengan membaginya pada diagram kartersius, metode Kano untuk menentukan prioritas perbaikan atribut sesuai dengan kategorinya, lalu metode IPA dan Kano akan diintegrasikan untuk mendapatkan atribut” yang memerlukan perbaikan dan akan dibawa ke dalam metode QFD untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan dengan menghubungkan “voice of customer” kedalam keseluruhan pelayanan yang dilakukan counter Tegal Rotan Holland Bakery dimana didapatkan urutan respon teknis yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanan mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 13 atribut yang memiliki *gap* negatif, 10 atribut berada pada kuadran I dan 3 atribut berada pada kuadran III, terdapat 13 atribut yang menjadi prioritas dalam perbaikan, dan respon teknis yang dapat dilakukan secara prioritas untuk mengatasi penyebab permasalahan atau memperbaiki kualitas pelayanan.

**Kata Kunci:** *Service Quality, Servqual, Importance Performance Analysis, metode kano, Integrasi IPA-Kano, Quality Function Deployment*

---

\*Korespondensi Penulis:

E-mail: fwilujeng@bundamulia.ac.id

## PENDAHULUAN

Setiap tahun ada peningkatan yang terjadi sehingga membuat industri terus bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik termasuk industri makanan. Hal ini menyebabkan ada muncul fenomena di tahun-tahun akhir ini di dalam dunia industri, terutama di bidang *selling* dimana perusahaan berusaha untuk melakukan *closing* kepada banyak pelanggan. Keuntungan menjadi penanda keberhasilan perusahaan. Namun untuk sekarang, usaha tidak bisa lagi cuma berpaku pada hasil penjualan saja. Ada aspek yang sekarang menjadi pertimbangan yaitu dibangunnya hubungan *after sell* diantara penjual dan pembeli. Artinya, saat *closing* terjadi bukanlah merupakan waktunya pelayanan perusahaan kepada pelanggan berhenti, tetapi diperlukan pemberian pelayanan secara terus menerus sehingga meningkatkan kemungkinan adanya *repeat buying* sehingga meningkatkan loyalitas pembeli kepada apa yang dijual oleh perusahaan (Tjoanoto & Kunto, 2017).

Kualitas pelayanan yang sesuai atau bahkan lebih baik dari harapan pelanggan akan meningkatkan loyalitas seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang diberikan. Sedangkan, apabila penilaian pembeli terhadap kualitas pelayanan yang diberikan lebih rendah daripada harapan, kemungkinan akan ada pelanggan yang kecewa dan berkemungkinan

untuk tidak membeli atau menggunakan jasa atau produk yang diberikan perusahaan (Tjoanoto & Kunto, 2017).

Holland Bakery sendiri sudah memiliki lebih dari 200 gerai di seluruh Indonesia yang tersebar di banyak kota. Holland bakery melakukan audit yang dilakukan dengan menggunakan audit GMP (*Good Manufacturing Practise*) dimana di audit ini ada memiliki parameter-parameter penilaian yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Audit ini dilakukan untuk memastikan bahwa kualitas layanan dari aspek jasa yang diberikan tidak terabaikan. Data persentase GMP dimana memiliki range nilai 0-100% dimana semakin kecil nilainya maka semakin buruk pula kualitas pelayanan di tempat tersebut dan sebaliknya semakin besar nilainya maka semakin baik pula kualitas pelayanan di tempat tersebut. Didapatkan persentase GMP dari counter Tegal Rotan Holland bakery senilai 67% dimana nilai ini dianggap belum maksimal dimana menurut SOP dari Holland bakery nilai minimal agar dianggap baik adalah 75%. Nilai yang belum maksimal ini tentu berhubungan langsung dengan kualitas pelayanan dari pekerja Holland bakery sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan pelanggan dan cara bagaimana menaikkan kualitas pelayanan dengan metode *servqual*, IPA, Kano, dan QFD.

Kepuasan pelanggan terhadap counter Holland Bakery Tegal Rotan dapat dilihat dari

tabel 1. dengan melihat hasil jawaban 30 pelanggan pada kuisisioner awal yang menunjukkan persentase kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. 20 pertanyaan didapatkan dari penelitian (Ardianti & Waluyo, 2021; Novianti Dwi Putri et al., 2021; Suyitno & Sudarso, 2019). Didapati bahwa hasil kuisisioner awal didapatkan 6 atribut dengan kepuasan lebih tinggi dan 14 atribut dengan ketidakpuasan lebih tinggi. Untuk melanjutkan penelitian maka dibutuhkan lebih dari 50% atribut dengan ketidakpuasan lebih tinggi.

Didapatkan bahwa dari atribut kuisisioner bahwa 70% atribut memiliki ketidakpuasan pelanggan yang lebih tinggi sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut menggunakan empat metode yaitu *servqual*, IPA, Kano, dan QFD dimana *servqual* akan digunakan untuk mengetahui atribut apa yang dibutuhkan pelanggan melalui penggunaan lima komponen serta lima kesenjangan. *Kano Model* bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dimensi *service quality* dan mengklasifikasikan keinginan dan kebutuhan pelanggan sesuai dengan atribut kano yaitu *attractive*, *must-be*, dan *one-dimensional* pada kualitas pelayanan yang ada sesuai dengan penilaian yang diperoleh dari apa yang diinginkan oleh para konsumen mengenai kualitas layanan yang diberikan oleh Holland Bakery. Sedangkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) bertujuan untuk mengidentifikasi atribut apa saja yang perlu ditingkatkan atau masuk kedalam kuadran I, II, III, dan IV. Dan dilakukan integrasi metode IPA dan *Kano Model* untuk mengidentifikasi atribut yang menjadi prioritas perbaikan dan yang perlu dipertahankan oleh perusahaan. Setelah itu akan digunakan metode QFD untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari counter Holland bakery Tegal Rotan agar sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan dengan menghubungkan “*voice of customer*” kedalam keseluruhan pelayanan yang dilakukan counter Tegal Rotan Holland Bakery.

## Ritel

Ritel berasal dari Bahasa Perancis yaitu, “*ritellier*”, yang memiliki artian

memecah atau memotong. Ritel dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan “eceran”. Apabila dilihat dari aktivitas yang dilakukan, maka ritel akan dilihat sebagai penghasil atau pembuat barang atau produk lalu dijual dalam angka yang besar agar dikonsumsi oleh konsumen akhir sesuai dengan kebutuhan konsumen (Hikmawati & Nuryakin, 2017).

Ritel juga dapat dibagi sesuai dengan penghasilannya dimana ada Ritel kecil yang biasanya berpenghasilan dibawah \$500.000 per tahun dan biasanya dimiliki oleh individu sementara ritel besar biasanya dimiliki oleh kelompok atau organisasi seperti pusat perbelanjaan, *supermarket*, *superstore*, dll (Utami, 2018)

## Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah kondisi dimana emosi yang mengelilingi ekspektasi tidak cocok dengan perasaan yang dibentuk dari pengalaman berbelanja dan mengkonsumsi (Wilujeng et al., 2019).

Kepuasan maupun ketidakpuasan adalah respons dari pelanggan terhadap dimana ada kesenjangan di antara harapan pelanggan akan suatu produk atau jasa dengan hasil sebenarnya dari produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian. Pemakaian produk atau jasa bisa memunculkan berbagai macam perasaan seperti kepuasan, kesenangan, atau bahkan kekecewaan. Perasaan inilah yang akan menjadi penentu kepuasan atau ketidakpuasan dari sebuah produk atau jasa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apakah konsumen puas atau tidak, sangatlah bergantung pada kinerja sebuah produk atau jasa dibandingkan dengan ekspektasi dari konsumen dan bagaimana konsumen menganggap adanya kesenjangan antara kinerja dengan ekspektasi tersebut (Alfin & Nurdin, 2017).

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari lima variabel berikut ini (Alfin & Nurdin, 2017):

1. Puas akan kinerja produk atau jasa
2. Puas akan pilihan produk atau jasa

3. Menceritakan atau merekomendasikan produk atau jasa ke orang lain
4. Tidak memiliki keinginan untuk mencoba atau berpindah ke produk atau jasa lain
5. Membeli kembali produk atau jasa atau dapat disebut loyal kepada produk atau jasa

## METODE PENELITIAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas menggunakan formula *person correlation* dimana akan diperoleh nilai  $r$  untuk setiap atribut yang akan dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan memakai *degree of freedom* ( $df = n-2$ ), sampel minimal sebanyak 50. Taraf signifikansi digunakan  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$ . Apabila  $r \text{ tabel} < r$  hitung maka atribut pertanyaan kuisioner yang diisi oleh pelanggan dikatakan valid (Prananda et al., 2019).

Pengukuran reliabelnya suatu variabel dapat dilakukan dengan melihat Cronbach Alpha terhadap nilai signifikansi yang digunakan yang lebih besar dari 0.60. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  (Listanto et al., 2019; Winarno & Absor, 2018).

### Service Quality

Metode *Service Quality* memakai perbandingan dari dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan terhadap jasa yang dipersepsikan nyata (*service*) dengan jasa yang sebenarnya diharapkan (layanan yang diharapkan). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka layanan tersebut dapat dikatakan kualitas, sedangkan jika kenyataannya kurang dari apa yang diharapkan pelanggan, tidak berkualitas. Jadi, metode *Service Quality* menjelaskan kualitas pelayanan sebagai sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan atas pelayanan yang diterima pelanggan (Irwansyah et al., 2019).

Metode *Servqual* merupakan metode yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan. Metode ini dimulai dengan memakai kuisioner yang disebar kepada pelanggan, setiap atribut pertanyaan mempunyai dua jenis jawaban dalam skala *Likert*, salah satu jawaban merupakan menurut konsumen apakah hal yang ditanyakan penting untuk dilakukan dan bagaimana kenyataannya, baik atau buruk (Putra, 2018).

### Metode Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis* (IPA) dikembangkan oleh Martila dan James pada tahun 1977. Metode ini adalah kerangka kerja yang berfungsi untuk memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari ekspektasi atau tingkat kepentingan (*importance*) terkait dengan atribut serta penilaian yang diberikan oleh pengguna jasa terhadap kinerja dari perusahaan (*performance*) dilihat dari atribut yang diujikan. Metode IPA dapat menginformasikan kepada pengelola industri baik berupa ukuran kepuasan pelanggan maupun alokasi sumberdaya secara efisien, keduanya dalam format yang mudah diterapkan (Winarno & Absor, 2018).

Pada Gambar 1. menunjukkan diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 kuadran.



Gambar 1. Diagram Kartesius (Sumber : Peneliti 2021)

### Metode Kano Model

*Kano Model* dibuat oleh Dr. Noriaki Kano dari Tokyo Riko University Jepang pada tahun 1984. Pada mulanya *Kano Model*

digunakan untuk membuat sebuah model yang dapat mengkategorikan unsur-unsur dari produk atau jasa berdasarkan dampak unsur-unsur tersebut dapat terhadap kebutuhan pelanggan (Pradhana et al., 2020). *Kano Model* memiliki tujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa dan memberikan penilaian mengenai baik dan buruknya atribut-atribut yang diteliti apakah dapat memenuhi keinginan pelanggan. *Kano Model* dinilai sebagai salah satu metode yang sederhana tetapi dalam mengaplikasikannya, *Kano Model* dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk/jasa yang diberikan kepada pelanggan. Metode ini berfokus dalam mengelompokan atribut-atribut pelayanan dan mengalisanya berdasarkan persepsi konsumen, dan efeknya terhadap kepuasan konsumen. *Kano Model* memberikan hasil yang dapat membantu dalam menciptakan suatu pengalaman pelanggan (Huda et al., 2017).

Terdapat enam kategori dalam menggunakan *Kano Model*, keenam kategori tersebut yaitu (Dewi, 2019):

a. *Must-be* dapat diidentifikasi jika suatu atribut tidak terpenuhi dengan baik, maka pengguna jasa akan merasa sangat tidak puas dan tidak ingin menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Kategori ini adalah kebutuhan yang sudah seharusnya.

b. *One dimensional requirement*, di kategori ini kepuasan konsumen berhubungan lurus dengan kinerja atribut. Jika atribut memiliki kinerja yang baik, maka kepuasan pelanggan juga akan bernilai baik. *One dimensional requirement* secara tidak langsung selalu diinginkan oleh konsumen.

c. *Attractive requirement*, kategori ini menjelaskan bahwa jika perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, hal tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen, tapi jika perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen, kepuasan pelanggan tidak akan mengalami penurunan atau tidak berpengaruh.

d. *Indifferent* merupakan atribut yang sifatnya tidak mempengaruhi suatu layanan. Konsumen tidak akan merasa puas jika perusahaan memberikan pelayanan yang baik

dan tidak akan merasa kecewa jika diberikan pelayanan yang buruk.

e. *Reverse* adalah suatu atribut yang bersifat terbalik dari kondisi umumnya. Pada atribut ini pelanggan tidak suka jika diberikan pelayanan yang baik tetapi suka jika diberikan pelayanan yang tidak baik.

f. *Questionable* adalah suatu atribut yang bersifat tidak valid. Pada atribut ini, pelanggan akan puas jika pelayanan yang diberikan baik maupun buruk.

### Model Integrasi Metode IPA dan Kano Model

Integrasi pada metode IPA-KANO dilaksanakan untuk mendapatkan atribut yang perlu diperbaiki secara efektif dan menentukan prioritas atribut dalam penyelesaian atribut yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan dengan cara menggabungkan hasil dari kuadran metode IPA dan kategori Kano untuk setiap atribut. Metode integrasi IPA-Kano ini dapat membuat keputusan yang tepat untuk menghindari keputusan yang tidak tepat (Budhiana & Wahida, 2019).

Kategori hasil integrasi metode IPA dan KANO bisa dilihat pada gambar 2. berikut ini :

Kepentingan	Kinerja	Kuadran IPA	Seri (Kategori Kano)	Kategori	Prioritas Strategi	
					Tingkatkan	Pertahankan
Tinggi	Tinggi	II	Must Be	Survival	-	1
Tinggi	Rendah	I		Fatal	1	-
Rendah	Rendah	III		Chronic Disease	2	-
Rendah	Tinggi	IV		Ftnes	-	2
Tinggi	Tinggi	II	One Dimensional	Major Weapon	-	3
Tinggi	Rendah	I		Defenselles	3	-
Rendah	Rendah	III		Strategy Point	4	-
Rendah	Tinggi	IV		Defenselles Zone Supportive Weapon	-	4
Tinggi	Tinggi	II	Attractive	Precious treasure	-	5
Tinggi	Rendah	I		Dusty Diamond	5	-
Rendah	Rendah	III		Rought Srone	6	-
Rendah	Tinggi	IV		Beginning Jewelery	-	6

Gambar 2. Kategori Integrasi  
(Sumber : (Budhiana & Wahida, 2019))

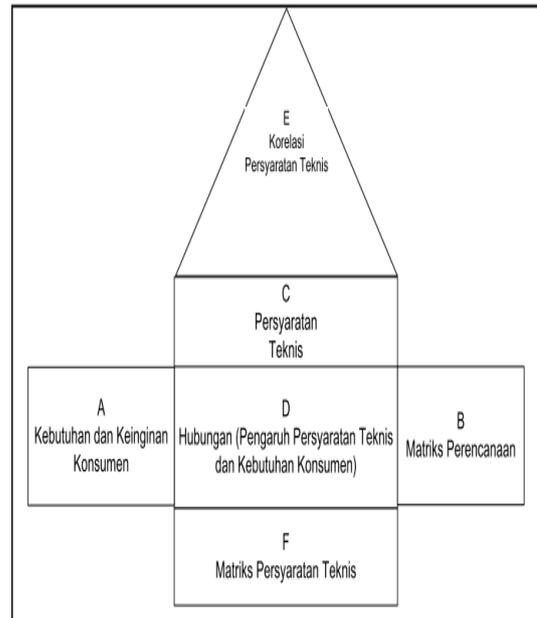
**Quality Function Deployment (QFD)** Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis masalah kualitas layanan adalah dengan menggunakan Quality Function Deployment (QFD). QFD adalah metodologi

yang membantu menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam persyaratan desain untuk memastikan output yang berupa produk atau proses memenuhi kebutuhan tersebut. QFD dikembangkan di Jepang tahun 1960-an sebagai bantuan proses desain untuk memasukkan suara pelanggan ke dalam suatu produk sebelum diproduksi. Kualitas Function Deployment (QFD) didefinisikan oleh Cecilia Temponi, John Yen dan W.Amos Tiao sebagai metode pengukuran multiatribut menyatukan komponen utama dari suatu organisasi dan tugas kompleks untuk memenuhi harapan pelanggan dan tujuannya adalah memberikan kepuasan pelanggan (I. Siregar, 2019).

Proses dari perbaikan kualitas pelayanan adalah proses untuk mencari, mengorganisasikan, dan memperbaiki tiap atribut secara kontinu untuk memuaskan harapan pelanggan. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah sebuah metode yang menggabungkan keinginan konsumen dengan usaha perusahaan untuk menjawab keinginan tersebut memakai *House of Quality (HoQ)*. QFD juga merupakan alat khusus untuk merealisasikan keinginan konsumen (Ikhsan Siregar & Adhinata, 2018).

### **House Of Quality (HOQ)**

*House of Quality* merupakan metode yang mendukung proses identifikasi masalah. Konsep HOQ bersumber pada tabel kualitas dan sudah sukses dipakai oleh banyak industri. HOQ memperlihatkan struktur untuk mendesain dan membentuk yang menyerupai sebuah rumah itulah kenapa namanya disebut dengan *House of Quality*. Kunci input dalam matriks merupakan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Informasi yang ada didalam HOQ adalah nilai HOQ yang berisikan bagian-bagian, masing-masing harus diperhatikan supaya berfungsi dengan baik (Azhari et al., 2017).



Gambar 3. Gambaran HOQ

(Sumber : (Azhari et al., 2017))

Dalam menyusun *House of Quality* ada 5 langkah yang yang perlu dilewati untuk mendapatkan prioritas respon teknis mana yang harus dilakukan (Novianti Dwi Putri et al., 2021):

1. *Voice of Customer* akan dilakukan identifikasi dari atribut yang sudah diproses menggunakan metode integrasi *Importance Performance Analysis* dan *Kano Model* untuk menemukan atribut mana yang masih diperlukan adanya perbaikan.
2. *Technical Respons* berisi respon dari perusahaan atau teknis sebagai jawaban dari pihak perusahaan untuk menjawab *Voice of customer* untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan
3. *Relationship Matrix* berisikan matriks korelasi antara respon teknis dengan *voice of customer* yang dipengaruhinya dengan simbol yang akan dipakai untuk menentukan nilai hubungan antara dua bagian tersebut yaitu ● = Hubungan Kuat (9), ○ = Hubungan sedang (3), Δ = Hubungan lemah (1), (Kosong) = Tidak ada hubungan (0).
4. *Technical Correlations* akan diisi dengan matrik korelasi teknis yang menampilkan hubungan antara

masing-masing respon teknis. Hubungan ini akan ditampilkan menggunakan simbol untuk mengetahui korelasi diantaranya yaitu,

⊕ untuk hubungan kuat positif, (+) untuk hubungan positif, (kosong) untuk tidak ada hubungan, (-) untuk hubungan negatif, ⊖ untuk hubungan kuat negatif.

5. Nilai Kepentingan akan dipakai untuk mencari tahu nilai kebutuhan atau kepentingan teknis masing-masing atribut supaya dapat dicari tahu atribut mana yang mempunyai nilai kepentingan teknis terendah maupun tertinggi. Ada dua jenis nilai kepentingan teknis yaitu nilai kepentingan relatif (*Relative Importance*) dan nilai kepentingan teknis absolut (*Absolute Importance*). Untuk teknis absolut akan digunakan rumus :  $Ka_i = Bt \times H_i$  dimana  $Ka_i$  adalah nilai kepentingan absolut tiap atribut,  $Bt$  adalah rata-rata nilai harapan atau ekspektasi yang didapatkan dari kuisisioner, dan  $H_i$  adalah nilai metrik korelasi teknis. Untuk perhitungan Kepentingan Relatif (*Relative Importance*), akan diperoleh dengan membagi tiap Kepentingan Absolut (*Absolute Importance*) dengan jumlah kepentingan absolut dikalikan dengan 100% :  $KR_i = \frac{Ka_i}{\sum Ka_i} \times 100\%$ . Prioritas respon teknis yang harus dilakukan akan dilihat dari nilai kepentingan *relative* dimana semakin besar nilainya maka semakin diprioritaskan lah respon teknis tersebut (Lestariningsih & Jono, 2019).

Berikut adalah metode penelitian yang dibuat berdasarkan diagram alir yang akan menjelaskan pembuatan penelitian dari awal hingga akhir :

1. Identifikasi Masalah

Penelitian dimulai dengan mencari masalah yang ada di tempat OJT berlangsung dimana disini didapatkan sebuah masalah pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Holland Bakery Tegal Rotan. Maka dibuatlah kuisisioner awal dengan tujuan untuk mendapat gambaran awal tentang masalah yang ada.

2. Rumusan Masalah

Dibuatlah rumusan masalah untuk merumuskan masalah yang ada di Holland Bakery Tegal rotan menjadi bentuk pertanyaan yang akan dijawab di kesimpulan.

3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dibuatlah tujuan dan manfaat penelitian yang akan menjadi tujuan dari dibuatnya penelitian ini dan juga manfaat dari dibuatnya penelitian ini untuk perusahaan yang diteliti dan untuk peneliti.

4. Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk membantu penelitian dalam membatasi apa saja yang diteliti dan apa yang tidak diteliti, batasan masalah dibuat berdasarkan batasan kemampuan dari peneliti. Batasan masalah biasanya berhubungan dengan metode yang dipakai dan objek yang diteliti.

5. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dibuat dengan mencari dan mengidentifikasi penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki hubungan sehingga bisa menjadi referensi dan tolak ukur dalam penelitian yang dibuat. Biasanya kajian pustaka berisi penelitian-penelitian yang memiliki hubungan dengan metode yang dipakai.

6. Pembuatan Kuesioner

Kuisisioner akan dibuat dengan mencari referensi dari jurnal atau bahkan buku untuk mendapatkan atribut-atribut yang akan di adaptasi sehingga dapat digunakan dalam kuisisioner. Kuisisioner dibuat dengan

memakai skala *likert* dan menggunakan platform google form.

#### 7. Penyebaran Kuesioner

Kuisisioner akan disebar kepada pelanggan Holland Bakery tegal rotan untuk mendapatkan data yang akan diolah dengan metode yang telah dipersiapkan. Kuisisioner ini akan diisi oleh tidak kurang dari 90 pelanggan.

#### 8. Uji Validitas dan Reliabilitas data

Setelah data kuisisioner terkumpul maka sebelum diolah menggunakan metode yang sudah disiapkan maka diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas data sehingga dapat diketahui bahwa apakah data valid dan konsisten sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Jika data lolos kedua uji maka data dapat digunakan untuk penelitian, tetapi apabila data tidak valid maka akan dilakukan penyebaran kuisisioner ulang dan jika kuisisioner tidak reliabel maka akan dilakukan penyusunan ulang kuisisioner.

#### 9. Pengolahan Data

Data yang sudah diuji akan diolah menggunakan metode *servqual*, IPA, Kano, dan metode QFD. Data akan diolah menggunakan metode *servqual* untuk mencari kesenjangan dari tiap atribut. Atribut yang memiliki kesenjangan minus atau dapat dikatakan nilai ekspektasi pelanggan masih berada diatas kenyataan akan dikatakan bahwa atribut itu perlu perbaikan. Setelah itu, perhitungan rata-rata dari setiap atribut untuk di masukkan ke dalam *diagram kartesius* untuk metode *Importance Performance Analysis*. Setelah itu dilakukan pemetaan kategori untuk setiap atribut yang diujikan dengan metode *kano* untuk ditentukan mana yang masuk ke dalam kategori *attractive*, *must-be*, dan *one-dimensional*. Setelah metode *Importance Performance Analysis* dan

*Kano Model* selesai dilakukan, dilakukan analisis terhadap setiap atribut untuk menentukan atribut-atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki dan atribut yang perlu dipertahankan oleh perusahaan dengan menggunakan model integrasi *Importance Performance Analysis* dan *Kano Model* yang memerlukan data yang diperoleh dari metode *Importance Performance Analysis* dan *Kano Model*. Metode QFD akan mencari respon teknis yang tepat untuk menangani atribut yang perlu diperbaiki dari integrasi *Importance Performance Analysis* dan *Kano Model*. Respon teknis ini akan diolah dan dicari mana respon teknis yang harus diutamakan untuk dilakukan.

#### 11. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan akan dibuat untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat. Sementara saran dibuat untuk menjadi masukan untuk pihak yang terkait dengan penelitian seperti pihak perusahaan untuk dijadikan bahan evaluasi dan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas data

Uji validitas data digunakan untuk mencari tahu apakah kuisisioner yang dipakai dalam penelitian ini valid atau tidak. Kevalidan dari kuisisioner diuji menggunakan software bernama SPSS 25. Dalam uji ini akan digunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dan memakai  $n = 90$ . Untuk mendapatkan nilai valid maka nilai  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$  dan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $100-2 = 98$ ) sebesar 0,1966 harus lebih besar dari  $t_{hitung}$  yang didapatkan. Hasil dari uji validitas data ekspektasi dan kenyataan dapat dilihat di Tabel 2. Dan 3. dimana seluruh atribut didapatkan valid dan dapat dipakai untuk penelitian ini.

Tabel 1. Uji Validitas Ekspektasi

Ekspektasi			
Kode Atribut	r Tabel	r Hitung	Valid/Tidak
A1	0,1966	0,384	Valid
A2	0,1966	0,567	Valid
A3	0,1966	0,648	Valid
A4	0,1966	0,781	Valid
A5	0,1966	0,78	Valid
A6	0,1966	0,592	Valid
A7	0,1966	0,758	Valid
A8	0,1966	0,753	Valid
A9	0,1966	0,538	Valid
A10	0,1966	0,68	Valid
A11	0,1966	0,499	Valid
A12	0,1966	0,475	Valid
A13	0,1966	0,481	Valid
A14	0,1966	0,617	Valid
A15	0,1966	0,198	Valid
A16	0,1966	0,413	Valid
A17	0,1966	0,427	Valid
A18	0,1966	0,469	Valid
A19	0,1966	0,617	Valid
A20	0,1966	0,407	Valid

(Sumber: Peneliti 2021)

Tabel 2. Uji Validitas Kenyataan

Kenyataan			
Kode Atribut	r Tabel	r Hitung	Valid/Tidak
A1	0,1966	0,477	Valid
A2	0,1966	0,572	Valid
A3	0,1966	0,575	Valid
A4	0,1966	0,523	Valid
A5	0,1966	0,323	Valid
A6	0,1966	0,382	Valid
A7	0,1966	0,447	Valid
A8	0,1966	0,516	Valid
A9	0,1966	0,252	Valid
A10	0,1966	0,32	Valid
A11	0,1966	0,531	Valid
A12	0,1966	0,494	Valid
A13	0,1966	0,483	Valid
A14	0,1966	0,365	Valid
A15	0,1966	0,305	Valid

Kenyataan			
Kode Atribut	r Tabel	r Hitung	Valid/Tidak
A16	0,1966	0,568	Valid
A17	0,1966	0,593	Valid
A18	0,1966	0,532	Valid
A19	0,1966	0,494	Valid
A20	0,1966	0,456	Valid

(Sumber: Peneliti 2021)

Uji reliabilitas dipakai untuk mengetahui apakah kuisioner yang dipakai dalam penelitian ini dapat dipercaya datanya. Uji ini dilakukan memakai software spss 25. Kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$ . Hasil dari uji reliabilitas ekspektasi dan kenyataan dapat dilihat pada tabel tabel 4. Dan 5. dimana dapat dilihat bahwa seluruh data reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Ekspektasi

Ekspektasi			
Kode Atribut	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha if item deleted	Reliabe
A1	0,7	0,887	Reliabel
A2	0,7	0,878	Reliabel
A3	0,7	0,875	Reliabel
A4	0,7	0,869	Reliabel
A5	0,7	0,869	Reliabel
A6	0,7	0,877	Reliabel
A7	0,7	0,870	Reliabel
A8	0,7	0,870	Reliabel
A9	0,7	0,878	Reliabel
A10	0,7	0,873	Reliabel
A11	0,7	0,880	Reliabel
A12	0,7	0,880	Reliabel
A13	0,7	0,880	Reliabel
A14	0,7	0,876	Reliabel
A15	0,7	0,889	Reliabel
A16	0,7	0,883	Reliabel
A17	0,7	0,882	Reliabel
A18	0,7	0,881	Reliabel
A19	0,7	0,876	Reliabel
A20	0,7	0,882	Reliabel

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kenyataan

Kenyataan			
Kode Atribut	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha if item deleted	Reliabel
A1	0,7	0,792	Reliabel
A2	0,7	0,786	Reliabel
A3	0,7	0,786	Reliabel
A4	0,7	0,789	Reliabel
A5	0,7	0,803	Reliabel
A6	0,7	0,797	Reliabel
A7	0,7	0,794	Reliabel
A8	0,7	0,789	Reliabel
A9	0,7	0,803	Reliabel
A10	0,7	0,802	Reliabel
A11	0,7	0,788	Reliabel
A12	0,7	0,790	Reliabel
A13	0,7	0,791	Reliabel
A14	0,7	0,799	Reliabel
A15	0,7	0,802	Reliabel
A16	0,7	0,786	Reliabel
A17	0,7	0,784	Reliabel
A18	0,7	0,788	Reliabel
A19	0,7	0,791	Reliabel
A20	0,7	0,793	Reliabel

(Sumber: Peneliti 2021)

**Servqual**

Setiap atribut yang ada pada kuisisioner akan dirata-ratakan untuk mendapatkan nilai rata-rata dari tiap atribut. Rata-rata ini akan digunakan untuk mencari *gap* tiap atribut dan rata-rata ekspektasi akan digunakan dalam perhitungan *Absolute Importance*.

Tabel 5. Hasil Perhitungan *Gap Servqual* Pada Setiap Atribut

Dimensi	Kode Atribut	Rata-rata Ekspektasi	Rata-rata Kenyataan	Gap	Ranking Gap
Tangibles	A1	3,33	2,35	-0,98	17
	A2	3,10	2,29	-0,81	12

Dimensi	Kode Atribut	Rata-rata Ekspektasi	Rata-rata Kenyataan	Gap	Ranking Gap	
	A3	3,08	2,23	-0,85	14	
	A4	2,67	3,00	0,33	5	
	A5	2,86	3,17	0,31	6	
	A6	3,18	2,46	-0,72	9	
	A7	2,97	3,28	0,31	7	
	A8	2,95	3,35	0,40	3	
	A9	3,46	2,48	-0,98	18	
	Reliability	A10	3,09	3,67	0,58	1
		A11	3,40	2,34	-1,06	20
	Responsiveness	A12	3,40	2,42	-0,98	19
A13		3,46	2,55	-0,91	15	
Assurance	A14	2,98	3,44	0,46	2	
	A15	3,54	2,62	-0,92	16	
	A16	3,20	2,56	-0,64	8	
	A17	3,25	2,51	-0,74	10	
Empathy	A18	3,41	2,57	-0,84	13	
	A19	2,94	3,31	0,37	4	
	A20	3,50	2,71	-0,79	11	

(Sumber: Peneliti 2021)

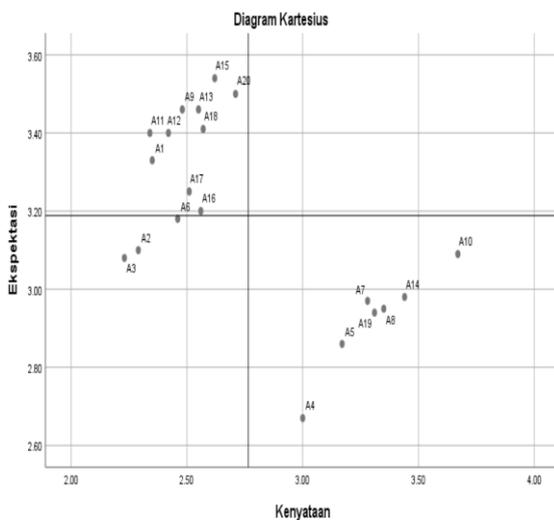
Dapat dilihat bahwa ada 13 atribut yang masih bernilai minus dari 20 atribut yang

ada sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan masih belum puas terhadap kualitas pelayanan yang diterima. 13 atribut yang bernilai minus ini haruslah menjadi prioritas perbaikan.

**Importance Performance Analysis (IPA)**

Dalam metode *Importance Performance Analysis*, dilakukan perhitungan *score* dan rata-rata tingkat ekspektasi dan kenyataan dari setiap atribut berdasarkan data yang didapat dari kuesioner yang diisi oleh para responden.

Setelah didapatkannya nilai *score* dan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dari setiap atribut, data tersebut dipetakan kedalam sebuah diagram kartesius yang berfungsi untuk memposisikan setiap atribut ke dalam kuadran I sampai dengan IV sehingga dapat melihat secara lebih terinci mengenai atribut yang perlu diperbaiki. Pemetaan diagram kartesius dilakukan dengan menggunakan *software SPSS*. Gambar 4. merupakan hasil pembagian setiap atribut pada setiap kuadran berdasarkan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dari setiap atribut.



Gambar 4. Diagram Kartesius (Sumber: Peneliti 2021)

**Kano Model**

Dalam metode *Kano Model*, dilakukan klasifikasi setiap atribut terhadap kategori *kano* yang dilakukan berdasarkan pada hasil dari kuesioner *functional* dan *dysfunctional* yang telah diisi oleh para responden.

Klasifikasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Kano Evaluation Model*.

Tabel 7. merupakan hasil klasifikasi setiap atribut berdasarkan jawaban para responden dari kuesioner *functional* dan *dysfunctional*.

Setelah diketahui jumlah dari masing-masing dari atribut layanan yang diklasifikasikan, dilakukan penentuan kategori pada setiap atribut dengan menggunakan *Blauth's Formula*. Tabel 8. merupakan hasil perhitungan dan kategori dari setiap atribut berdasarkan hasil perhitungan dari *Blauth's Formula*.

Tabel 6. Kategori Kano Berdasarkan *Blauth's Formula*

Atribut Pertanyaan	Kategori Kano
Kebersihan ruangan [A1]	A
Kenyamanan ruangan [A2]	A
Kebersihan fasilitas toilet [A3]	A
Lokasi toko strategis [A4]	A
Karyawan berpenampilan bersih, rapih, dan professional [A5]	O
Kebersihan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan [A6]	A
Kelengkapan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan [A7]	O
Layout toko memudahkan pelanggan mencari apa yang dicari [A8]	O

Atribut Pertanyaan	Kategori Kano
Toko memberikan area parkir yang cukup kepada pelanggan [A9]	M
Kemudahan pembayaran dalam Cash, debit, dan credit payment [A10]	I
Produk yang dicari tersedia [A11]	O
Karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan [A12]	O
Karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan [A13]	M
Kehalalan produk yang dijual [A14]	O
Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk [A15]	A
Karyawan dapat memberikan informasi akurat terkait harga, diskon, dan informasi produk [A16]	A
Toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan [A17]	M
Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk [A18]	M
Karyawan memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan [A19]	M
Karyawan menyambut kedatangan pelanggan [20]	M

### Integrasi IPA-Kano

Integrasi IPA-Kano dilakukan untuk menentukan atribut-atribut yang perlu diprioritaskan perbaikannya dan yang perlu dipertahankan oleh perusahaan. Dengan integrasi IPA-Kano ini, peneliti tidak harus mencari nilai *better* dan *worse* untuk setiap atribut berdasarkan kategori Kano untuk dapat mengetahui atribut mana yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Tabel 9. merupakan tabel hasil integrasi metode IPA dan metode *kano model* dari setiap atribut pertanyaan.

Tabel 7. Integrasi IPA-Kano

Atribut	Kategori IPA (Kuadran)	Kategori Kano	Kategori IPA-Kano
Kebersihan ruangan [A1]	I	A	<i>Dusty Diamond</i>
Kenyamanan ruangan [A2]	II	A	<i>Rough Stone</i>
Kebersihan fasilitas toilet [A3]	II	A	<i>Rough Stone</i>
Lokasi toko strategis [A4]	IV	A	<i>Beginning Jewelry</i>
Karyawan berpenampilan bersih, rapih, dan profesional [A5]	IV	O	<i>Supportive Weapon</i>
Kebersihan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan [A6]	II	A	<i>Rough Stone</i>

(Sumber : Peneliti 2021)

Atribut	Kategori IPA (Kuadran)	Kategori Kano	Kategori IPA-Kano
Kelengkapan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan [A7]	IV	O	<i>Supportive Weapon</i>
Layout toko memudahkan pelanggan mencari apa yang dicari [A8]	IV	O	<i>Supportive Weapon</i>
Toko memberikan area parkir yang cukup kepada pelanggan [A9]	I	M	<i>Fatal</i>
Kemudahan pembayaran dalam Cash, debit, dan credit payment [A10]	IV	I	-
Produk yang dicari tersedia [A11]	I	O	<i>Defenseless Strategy Point</i>
Karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan [A12]	I	O	<i>Defenseless Strategy Point</i>

Atribut	Kategori IPA (Kuadran)	Kategori Kano	Kategori IPA-Kano
Karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan [A13]	I	M	<i>Fatal</i>
Kehalalan produk yang dijual [A14]	IV	O	<i>Supportive Weapon</i>
Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk [A15]	I	A	<i>Dusty Diamond</i>
Karyawan dapat memberikan informasi akurat terkait harga, diskon, dan informasi produk [A16]	I	A	<i>Dusty Diamond</i>
Toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan [A17]	I	M	<i>Fatal</i>

Atribut	Kategori IPA (Kuadran)	Kategori Kano	Kategori IPA-Kano
Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk [A18]	I	M	<i>Fatal</i>
Karyawan memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan [A19]	IV	M	<i>Fitness</i>
Karyawan menyambut kedatangan pelanggan [20]	I	M	<i>Fatal</i>

(Sumber: Peneliti 2021)

Hasil pengkategorian IPA-Kano yang telah didapatkan, digunakan untuk mengetahui atribut mana yang dijadikan prioritas untuk diberikan perbaikan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan atribut yang masuk kedalam kategori *fatal*, *chronic disease*, *defenseless*, *defenseless zone*, *Dusty Diamond*,

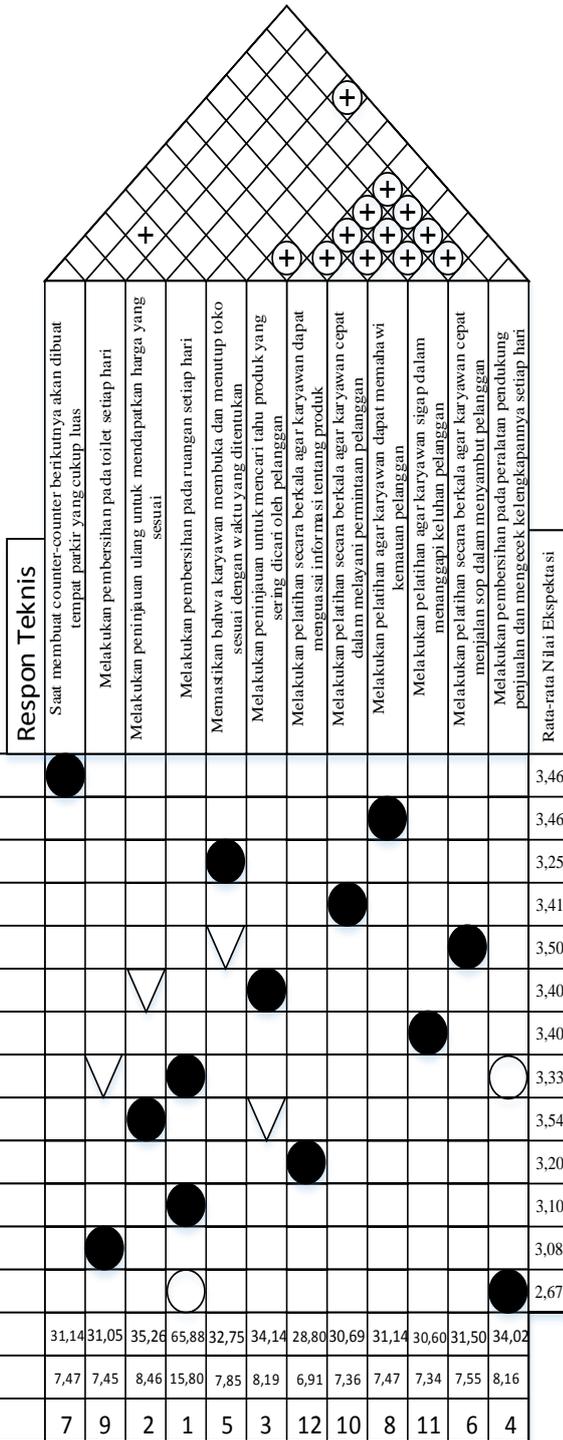
dan *Rough Stone* yang merupakan kategori yang buruk atau perlu dilakukan perbaikan berkelanjutan dari perusahaan.

#### ***House Of Quality (HOQ)***

HOQ akan dipakai untuk memperlihatkan relasi diantara pelanggan dan jasa. HOQ dibuat dengan memakai matriks yang menghubungkan keinginan dari pelanggan dengan apa yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjawab keinginan dari pelanggan. Matriks HOQ akan diperlihatkan pada gambar 5.

Simbol Matriks Korelasi		
Simbol	Nilai	Keterangan
<Kosong>	0	Tidak ada Hubungan
▽	1	Hubungan Lemah
○	3	Hubungan Sedang
●	9	Hubungan Kuat

Simbol Matriks Korelasi Teknis	
Simbol	Keterangan
⊕	Hubungan Kuat Positif
+	Hubungan Positif
<Kosong>	Tidak ada Hubungan
-	Hubungan Negatif
⊖	Hubungan Kuat Negatif



Gambar 5. Matriks HOQ (Sumber : Peneliti 2021)

Dapat dilihat dari gambar 6. bahwa urutan prioritas perbaikan yang didapat oleh perusahaan berdasarkan nilai AI dan RI.

## SIMPULAN

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya:

1. Berdasarkan hasil *servqual* dapat dilihat bahwa dari 20 atribut pelayanan didapati bahwa 13 atribut masih memiliki nilai gap yang negative. 13 atribut yang bernilai minus ini adalah kebersihan ruangan, kenyamanan ruangan, kebersihan fasilitas toilet, kebersihan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan, toko memberikan area parker yang cukup kepada pelanggan, produk yang dicari tersedia, karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan, karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, karyawan dapat memberikan informasi akurat, toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan, karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk, dan karyawan menyambut kedatangan pelanggan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pelanggan masih belum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Holland Bakery Tegal Rotan sehingga diperlukan adanya perbaikan pada tiap atribut yang bersangkutan.
2. Berdasarkan metode Importance Performance Analysis, dapat diketahui bahwa atribut yang berada pada kuadran I atau atribut yang memiliki tingkat kepentingan sangat tinggi dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi perusahaan belum dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen adalah Kebersihan ruangan, Toko memberikan area parkir yang cukup kepada pelanggan, Produk yang dicari tersedia, Karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan, Karyawan sigap dalam menanggapi

keluhan pelanggan, Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk. Karyawan dapat memberikan informasi akurat terkait harga, diskon, dan informasi produk, Toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan, Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk, dan Karyawan menyambut kedatangan pelanggan.

3. Dari 20 atribut layanan yang diujikan, diketahui bahwa terdapat 4 atribut yang masuk kedalam kategori *one-dimentional* dan 6 atribut yang masuk kedalam kategori *must-be*. Atribut-atribut yang termasuk dalam kategori *one-dimentional* adalah Karyawan berpenampilan bersih, rapih, dan professional, Kelengkapan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan, Produk yang dicari tersedia, Karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan, dan Kehalalan produk yang dijual. Atribut-atribut yang termasuk dalam kategori *Must-be* adalah Toko memberikan area parkir yang cukup kepada pelanggan, Karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan, Toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan, Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk, Karyawan memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan, dan Karyawan menyambut kedatangan pelanggan.
4. Berdasarkan hasil integrasi tersebut, dapat diketahui bahwa atribut yang paling pertama dijadikan priotas untuk perbaikan adalah atribut dengan kategori fatal yaitu Toko memberikan area parkir yang cukup kepada pelanggan, Karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan, Toko selalu buka dan tutup sesuai waktu yang dijadwalkan, Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan akan produk, dan Karyawan menyambut kedatangan pelanggan. Prioritas kedua adalah atribut dengan kategori Defenseless Strategy Point yaitu

Produk yang dicari tersedia dan Karyawan cepat dalam melayani permintaan pelanggan. Prioritas ketiga adalah atribut dengan kategori Dusty Diamond yaitu Kebersihan ruangan, Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, dan Karyawan dapat memberikan informasi akurat terkait harga, diskon, dan informasi produk. Dan keempat adalah atribut dengan kategori Rough Stone yaitu Kenyamanan ruangan, Kebersihan fasilitas toilet, dan Kebersihan peralatan pendukung penjualan seperti capit dan nampan.

5. Urutan prioritas respon teknis yang perlu dilakukan dari urutan pertama hingga kesepuluh untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan oleh Holland Bakery Tegal Rotan adalah Melakukan pembersihan pada ruangan setiap hari pada prioritas pertama, Melakukan peninjauan ulang untuk mendapatkan harga yang sesuai pada prioritas kedua, Melakukan peninjauan untuk mencari tahu produk yang sering dicari oleh pelanggan pada prioritas ketiga, Melakukan pembersihan pada peralatan pendukung penjualan dan mengecek kelengkapannya setiap hari pada prioritas keempat, Memastikan bahwa karyawan membuka dan menutup toko sesuai dengan waktu yang ditentukan pada prioritas kelima, Melakukan pelatihan secara berkala agar karyawan cepat menjalankan sop dalam menyambut pelanggan pada prioritas keenam, Saat membuat counter-counter berikutnya akan dibuat tempat parkir yang cukup luas pada prioritas ketujuh, Melakukan pelatihan secara berkala agar karyawan sigap dalam menanggapi keluhan pelanggan pada prioritas kedelapan, Melakukan pembersihan pada toilet setiap hari pada prioritas kesembilan, Melakukan pelatihan secara berkala agar karyawan dapat memahami kemauan pelanggan pada prioritas kesepuluh, Melakukan pelatihan secara berkala agar karyawan cepat dalam melayani permintaan

pelanggan pada prioritas kesebelas, dan Melakukan pelatihan secara berkala agar karyawan dapat menguasai informasi tentang produk pada prioritas keduabelas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Ardianti, N. P., & Waluyo, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Csi Dan Pgcv Di Toko Xyz. *Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management*, 16(2), 96–107. <https://doi.org/10.33005/tekmapro.v16i2.219>
- Azhari, M. A. A., Caecilia, S. W., & Lauditta, I. (2017). Rancangan Produk Sepatu Olahraga Multifungsi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd)\*. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 4(3), 241–252.
- Budhiana, J., & Wahida, A. Z. (2019). Penggunaan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Pasien. *Jurnal Ilmiah SANTIKA*, 9(2).
- Dewi, S. K. (2019). Identifikasi Atribut Kepuasan Pelanggan Dengan Model Kano. *Jurnal Nasional IENACO*, 423–429.
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 17(2), 195–208. <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.768>
- Huda, M., Santoso, H., & Rahayuningsih, S. (2017). Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Menggunakan Metode Kano Di Perpustakaan Universitas Kadiri. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 1(1), 30. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i1.67>
- Irwansyah, D., Dina, Erliana, C. I., Sari, A. E., Hamdani, D., Susena, K. C., Irwanto, T., Indahingwati, A., Aida, N., Nugroho, T. R., Kusuma Putra, A. H. P., Sudrajat, D.,

- Murtiningrum, F., Puji Lestari, S. I., Sujinah, Syahputra, H., Yusri, Anita, & Sudarsana, I. K. (2019). Efforts to Improve Service Quality with Fuzzy Approach and Service Quality Methods at Dunia Barusa Inc. *Journal of Physics: Conference Series*, 1363(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1363/1/012071>
- Lestariningsih, S., & Jono, J. (2019). Penggunaan Metode Quality Function Deployment (Qfd) Dalam Redesain Kompor Batik Elektrik “Kombatrik.” *Jurnal Rekayasa Industri (Jri)*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.37631/jri.v1i1.58>
- Listanto, D. K., Chalil, & Santi, I. N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Di J.Co Donuts dan Coffe Palu Grand Mall. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5(3), 240–250.
- Novianti Dwi Putri, N., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2021). PENERAPAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) YANG TERINTEGRASI METODE SERVQUAL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM KUALITAS PELAYANAN DI INAKA COFFEE. *Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5, 1037–1050.
- Pradhana, R., Hidayat, M., Abdul, S., & Ricardianto, P. (2020). *Penggunaan Metode Important Performance Analysis dan Model Kano pada Penumpang Kereta Rel Listrik di Stasiun Bekasi The Implementation of Important Performance Analysis and Kano Model on the Passengers of Commuter Line at Bekasi Railway Station*. 1(2), 86–105.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Putra, A. D. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Event Organizer XYZ menggunakan Metode Service Quality. *Respati*, XIII, 41–45. <http://jti.respati.ac.id/index.php/jurnaljti/article/view/231>
- Siregar, I. (2019). Application Quality Function Deployment to Improve Quality of Patient Service in Hemodialysis Installation. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 598(1), 1–5. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/598/1/012038>
- Siregar, Ikhsan, & Adhinata, K. (2018). Perancangan Produk Tempat Tisu Multifungsi Dengan Menggunakan Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 19(2), 21–29. <https://doi.org/10.32734/jsti.v19i2.370>
- Suyitno, A., & Sudarso, I. (2019). Desain Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Servqual dan IPA Di Underpass Cafe. *Seminar Nasional Inovasi Dan Aplikasi Teknologi Di Industri 2019*, 140.
- Tjoanoto, M. T., & Kunto, Y. S. (2017). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Restoran Jade Imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.
- Utami, N. S. (2018). Analisa Kinerja Sektor Ritel Indonesia. *Ecopreneur*, 1(1), 43–49.
- Wilujeng, F. R., Rembulan, G. D., Andreas, D., & Tannady, H. (2019). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA. *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–9.
- Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>