

## ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MIE DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

**Faris Dwi Saputra, Manik Ayu Titisari**

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Adibuana Surabaya, Indonesia

\*Email : farisdwit15@gmail.com

### Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting bagi restoran, agar terus berdiri dan berkembang. Setiap harinya perkembangan jumlah konsumen semakin meningkat sehingga kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen harus diprioritaskan. Cara meningkatkan kepuasan konsumen adalah berusaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Tujuan penelitian ini adalah merancang usulan perbaikan pelayanan di Mie Kober dengan menggunakan QFD. Pada penelitian ini penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden dari Mie Kober berdasarkan pengolahan data yang dilakukan untuk merancang usulan perbaikan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Penentuan sampel menggunakan teknik *Non probability Sampling* dengan jumlah responden 50 orang. Kuesioner diuji validitas dan uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach's Alpha*( $\alpha$ ). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa 15 indikator semuanya valid, dimana pada  $n = 50$  dan  $\alpha = 0,05$  didapatkan nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan  $r$  tabel = 0,2353. Sedangkan hasil uji reliabilitas untuk Kepentingan sebesar 0.895, 0.828 dan 0.824, berarti reliabel. Nilai CSP dari Mie Kober dari tiap-tiap atribut banyak yang masih bernilai rendah dibandingkan dengan hasil dari CSP pesaing. Yang artinya para pelanggan belum cukup puas terhadap kinerja yang dilakukan oleh Mie Kober.

Copyright © (2024) Seminar Hasil Riset dan Pengabdian ke 6

## PENDAHULUAN

Persaingan produk dan jasa dalam dunia bisnis semakin banyak dan bervariasi. Persaingan terjadi antar produsen yang berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan serta memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Ibrahim & Titisari, 2023). Kualitas pelayanan yang baik bisa menjadi kelebihan dalam bersaing bagi perusahaan produk dan jasa, baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung dari konsistensi dari perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dapat dikategorikan memuaskan apabila pelayanan tersebut dipresepsikan sama atau bahkan lebih dari ekspektasi yang diinginkan konsumen, pelayanan seperti inilah yang bisa dikatakan sebagai pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Harapan pelanggan diterjemahkan kedalam pelayanan yang baik, keramahan, ketepatan waktu dan kecepatan merupakan nilai-nilai penting dari harapan pelanggan (Nurdalilah, 2019).

Penelitian ini akan membahas kepuasan konsumen di mie kober yang berlokasi di daerah Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen mie. Penelitian ini diharapkan dapat menerjemahkan keinginan serta kebutuhan dari konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD merupakan metode terstruktur untuk merencanakan dan mengembangkan produk, menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan mengevaluasi kemampuan produk atau pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Yuswita, 2022). Metode *Quality Function Deployment* (QFD) penerapannya diawali dengan pembentukan matriks perencanaan produk, biasa disebut dengan *House Of Quality* yang digunakan untuk menentukan *technical response*, *relationship matrix*, *technical dependencies*, dan *technical matrix* (Titisari et al., 2023).

## METODE

Penelitian ini diawali dengan observasi dan studi literatur, merumuskan masalah dan keterbatasannya, menetapkan tujuan penelitian dan melakukan studi literatur terkait. Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi variabel dan sampel penelitian, kemudian menyebarkan kuesioner. Data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas kemudian akan dianalisis menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Dimulai dengan pengumpulan suara dari konsumen (*Voice Of Customer*), kemudian dilanjutkan dengan penyusunan rumah kualitas (*House Of Quality*). Tahap ketiga yaitu melakukan Analisa dan interpretasi. Langkah yang terakhir yaitu mengambil kesimpulan serta memberikan saran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tingkat Kepentingan Atribut

Urutan ranking dari tingkat kepentingan atribut dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** *Importance to Customer*

No.	Atribut	Total Skor	Nilai Kepentingan	Peringkat
1.	Makanan rasanya enak	219	4,38	1
2.	Variasi menu makanan	189	3,78	11
3.	Terdapat potongan harga	202	4,04	5
4.	Harga sesuai dengan kualitas	204	4,08	4
5.	Daya tahan sesuai kadaluarsa	191	3,82	9
6.	Tampilan makanan dan kemasan menarik	189	3,78	10
7.	Merk mudah diingat	176	3,52	14
8.	Tempat parkir yang luas	193	3,86	8
9.	Penampilan karyawan	182	3,64	13
10.	Desain ruangan	199	3,98	7
11.	Pelayanan cepat	213	4,26	2
12.	Karyawan melayani keluhan	202	4,04	6
13.	Dapur terbuka	155	3,1	15
14.	Karyawan mampu menjelaskan menu yg dijual	186	3,72	12
15.	Karyawan memenuhi permintaan konsumen	208	4,16	3

### 2. Tingkat Kepuasan Konsumen (Voice Of Customer)

Berdasarkan kuesioner yang sudah diolah, tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** *Voice Of Customer*

No.	Atribut	Harapan	Kenyataan	GAP
1.	Makanan rasanya enak	4,38	3,84	<b>(0,54)</b>
2.	Variasi menu makanan	3,78	4,42	0,64
3.	Terdapat potongan harga	4,04	3,98	<b>(0,06)</b>
4.	Harga sesuai dengan kualitas	4,08	4,56	0,48
5.	Daya tahan sesuai kadaluarsa	3,82	4,5	0,68
6.	Tampilan makanan dan kemasan menarik	3,78	4,76	0,98
7.	Merk mudah diingat	3,52	4,88	1,36
8.	Tempat parkir yang luas	3,86	2,84	<b>(1,02)</b>
9.	Penampilan karyawan	3,64	3,46	<b>(0,18)</b>
10.	Desain ruangan	3,98	3,4	<b>(0,58)</b>
11.	Pelayanan cepat	4,26	3,72	<b>(0,54)</b>

No.	Atribut	Harapan	Kenyataan	GAP
12.	Karyawan melayani keluhan	4,04	4,28	0,24
13.	Dapur terbuka	3,1	4,72	1,62
14.	Karyawan mampu menjelaskan menu yg dijual	3,72	4,7	0,98
15.	Karyawan memenuhi permintaan konsumen	4,16	4,52	0,36

### 3. Perbandingan Tingkat Kepuasan dan Target

Perbandingan tingkat kepuasan antara konsumen dari mie kober dan pesaingnya ditunjukkan pada tabel 3.

**Tabel 3.** *Customer Satisfaction Performance dan Goal*

No.	Atribut	CSP Mie Kober	CSP Pesaing	Target
1.	Makanan rasanya enak	3,84	4,74	4,74
2.	Variasi menu makanan	4,42	4,26	4,42
3.	Terdapat potongan harga	3,98	4,06	4,06
4.	Harga sesuai dengan kualitas	4,56	4,88	4,88
5.	Daya tahan sesuai kadaluarsa	4,5	4,48	4,5
6.	Tampilan makanan dan kemasan menarik	4,76	4,86	4,86
7.	Merk mudah diingat	4,88	4,88	4,88
8.	Tempat parkir yang luas	2,84	3,7	3,7
9.	Penampilan karyawan	3,46	4,74	4,74
10.	Desain ruangan	3,4	4,88	4,88
11.	Pelayanan cepat	3,72	3,68	3,72
12.	Karyawan melayani keluhan	4,28	4,26	4,28
13.	Dapur terbuka	4,72	4,9	4,9
14.	Karyawan mampu menjelaskan menu yg dijual	4,47	4,8	4,8
15.	Karyawan memenuhi permintaan konsumen	4,52	4,64	4,64

### 4. Rasio Perbaikan/Improvement Ratio (IR)

Urutan nilai rasio perbaikan terhadap atribut dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** *Improvement Ratio*

No.	Atribut	Goal	CSP	IR
1.	Makanan rasanya enak	4,74	3,84	1,23
2.	Variasi menu makanan	4,42	4,42	1,00
3.	Terdapat potongan harga	4,06	3,98	1,02
4.	Harga sesuai dengan kualitas	4,88	4,56	1,07
5.	Daya tahan sesuai kadaluarsa	4,5	4,5	1,00
6.	Tampilan makanan dan kemasan	4,86	4,76	1,02

No.	Atribut	Goal	CSP	IR
	menarik			
7.	Merk mudah diingat	4,88	4,88	1,00
8.	Tempat parkir yang luas	3,7	2,84	1,30
9.	Penampilan karyawan	4,74	3,46	1,36
10.	Desain ruangan	4,88	3,4	1,46
11.	Pelayanan cepat	3,72	3,72	1,00
12.	Karyawan melayani keluhan	4,28	4,28	1,00
13.	Dapur terbuka	4,9	4,72	1,03
14.	Karyawan mampu menjelaskan menu yg dijual	4,8	4,47	1,07
15.	Karyawan memenuhi permintaan konsumen	4,64	4,52	1,02

### 5. Penentuan Raw Weight dan Normalized Raw Weight

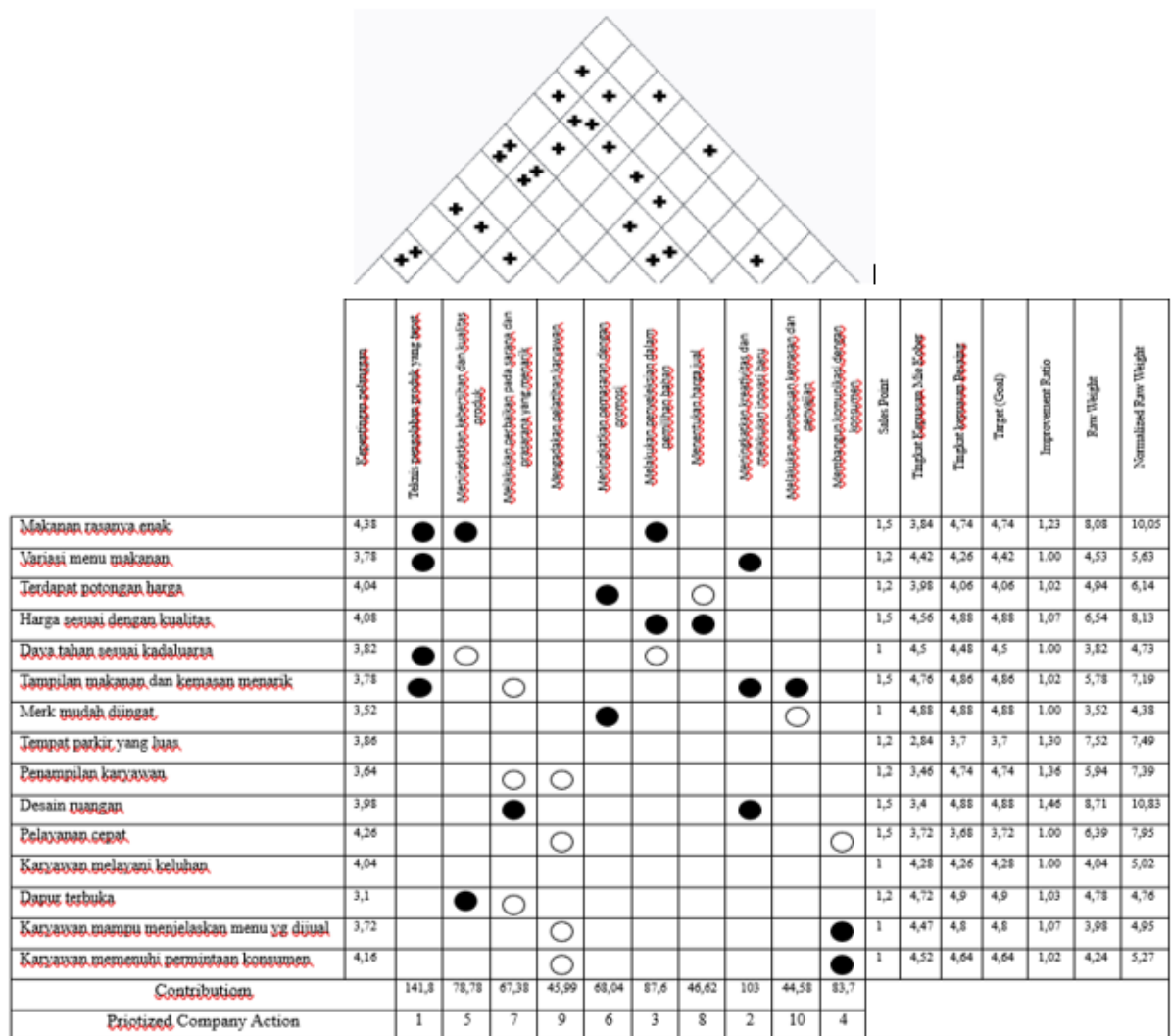
Urutan nilai *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight* ditunjukkan pada tabel 5.

**Tabel 5.** *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*

No.	Atribut	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1.	Makanan rasanya enak	8,08	10,05
2.	Variasi menu makanan	4,53	5,63
3.	Terdapat potongan harga	4,94	6,14
4.	Harga sesuai dengan kualitas	6,54	8,13
5.	Daya tahan sesuai kadaluarsa	3,82	4,73
6.	Tampilan makanan dan kemasan menarik	5,78	7,19
7.	Merk mudah diingat	3,52	4,38
8.	Tempat parkir yang luas	7,52	7,49
9.	Penampilan karyawan	5,94	7,39
10.	Desain ruangan	8,71	10,83
11.	Pelayanan cepat	6,39	7,95
12.	Karyawan melayani keluhan	4,04	5,02
13.	Dapur terbuka	4,78	4,76
14.	Karyawan mampu menjelaskan menu yg dijual	3,98	4,95
15.	Karyawan memenuhi permintaan konsumen	4,24	5,27

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight* tertinggi yaitu pada atribut desain ruangan nilainya sebesar 8,71 untuk *Raw Weight* sedangkan pada *Normalized Raw Weight* sebesar 10,83. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa dekorasi dan desain interior dari suatu tempat dapat menarik konsumen.

Respon teknis dan Matriks hubungan



Gambar 1. House Of Quality

### 6. Penentuan Prioritas

Dalam *House of Quality* terdapat pula penentuan prioritas yang bertujuan untuk menentukan prioritas mana yang paling penting untuk dilakukan perbaikan. Berikut merupakan tabel urutan prioritas :

Tabel 6. Penentuan Prioritas

Respon Teknis	Bobot Respon Teknis	Prioritas
Teknis pengolahan produk yang tepat	141,84	1
Meningkatkan kebersihan dan kualitas produk	78,78	5
Melakukan perbaikan pada sarana dan prasarana yang menarik	67,38	7
Mengadakan pelatihan karyawan	45,99	9

Meningkatkan pemasaran dengan promosi	68,04	6
Melakukan penyeleksian dalam pemilihan bahan	87,6	3
Menentukan harga jual	46,62	8
Meningkatkan kreativitas dan melakukan inovasi baru	103	2
Melakukan pembaruan kemasan dan penyajian	44,58	10
Membangun komunikasi dengan konsumen	83,7	4

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen di Mie Kober, hanya 6 dari 15 atribut yang diukur memiliki nilai negatif yang menunjukkan kurang dari separuh pelanggan tidak puas dengan pengalaman mereka, sehingga perlu diadakan perbaikan terkait atribut yang memiliki nilai GAP negatif. nilai GAP tertinggi pertama yaitu pada atribut tempat parkir yang luas dengan nilai 1,02. Yang kedua pada atribut desain ruangan dengan nilai 0,58, dan yang ketiga adalah rasa makanan dengan nilai 0,54. Berdasarkan nilai GAP negative tertinggi, variabel yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Mie Kober yaitu atribut yang jadi prioritas utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dari *Voice of Customer* yaitu tempat parkir yang luas, desain ruangan, dan rasa makanan yang enak

Hasil analisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* yang telah diperhitungkan sebelumnya menunjukkan bahwa respon teknis dan dari Mie Kober yang menjadi prioritas utama untuk usulan perbaikan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu Teknis pengolahan produk yang tepat dengan nilai sebesar (141,84), yang kedua yaitu meningkatkan kreativitas dan melakukan inovasi -inovasi baru dengan nilai sebesar (103) dan yang ketiga adalah melakukan penyeleksian dalam pemilihan bahan yang berkualitas dengan nilai sebesar (87,6).

Saran yang dapat diberikan sebagai masukan untuk pengelola Mie Kober adalah semoga kedepannya dapat meningkatkan pelayanan pada konsumen terutama pada desain ruangan, pengolahan produk, pelayanan yang cepat serta pemeliharaan sarana dan prasarana yang ada sehingga adanya perbaikan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen. Saran kedepannya untuk pengelola Mie Kober jika ingin mendirikan cabang baru di lokasi lain untuk lebih memperhatikan dalam pemilihan lokasi yang memiliki luas lahan yang cukup. Hal ini disarankan karena luas lahan parkir dinilai penting bagi konsumen yang ingin berkunjung dan membeli produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur. (2019). *Duke Law Journal*, 1(1).  
<http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/6689>
- Ibrahim, F. M. & Titisari, M. A. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Roti Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd). *Seminar Nasional Teknologi ....*  
<https://semnasti.unipasby.ac.id/proceedings/index.php/semnasti/article/view/111%0A>  
<https://semnasti.unipasby.ac.id/proceedings/index.php/semnasti/article/download/111/98>
- Titisari, M. A., Hadi, S., Utomo, Y., Fidita, D., Binta, G., Aliansa, S. & Adi, P. (2023). Modeling E-Commerce Website Using QFD. *Journal Business and Finance*.  
<https://journal2.unusa.ac.id/index.php/BFJ/article/view/3947>
- Yuswita. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode Fuzzy Service Quality dan Quality Function Deployment (QFD)di PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden. *Disertasi*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/17012>