

Peningkatan Kepuasan Konsumen pada Industri Restoran dengan Metode *Quality Function Deployment*

Saiful Hendra^{1*}, Achmad Mico Wahono², Indra Setiawan³, Welly Atikno⁴, Humiras Hardi Purba⁵, Samuel Benny Dito⁶

¹²³⁴⁵ Magister Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana Jakarta
Jl. Meruya Selatan No.1 Kembangan, Jakarta 11650, Indonesia

⁶ Departemen Pendidikan Matematika, Fakultas FKIP, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Jl. Raya Jakarta Km 4 Pakupatan, Serang, Banten, Indonesia
55320110004@student.mercubuana.ac.id

INFO ARTIKEL

doi: [10.350587/Matrik
v22i2.2716](https://doi.org/10.350587/Matrik_v22i2.2716)

Jejak Artikel :

Upload artikel

05 Juni 2021

Revisi

24 Februari 2022

Publish

15 Maret 2022

Kata Kunci :

Kepuasan Konsumen, Quality Function Deployment, Restoran

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan pada sebuah perusahaan terutama pada perusahaan jasa. Kepuasan konsumen menjadi hal yang penting untuk memenangkan persaingan, seperti persaingan yang ketat saat ini. Restoran “DCBA” adalah salah satu dari bisnis restoran yang terus menerus melakukan tindakan perbaikan untuk dapat mengimbangi persaingan bisnis. Selama 27 tahun beroperasi, restoran ini merasa bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas respon teknis untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment*. Melalui penelitian ini diharapkan restoran dapat menentukan prioritas dari respon teknis yang akan dilakukan, sehingga dapat menentukan urutan tindakan yang harus dilakukan untuk memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Melalui kepuasan konsumen yang optimal, diharapkan pendapatan dari restoran meningkat. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner. Masing – masing responden menjawab pertanyaan terkait dimensi kualitas dan jasa yang dikembangkan berdasarkan lima dimensi kualitas. Penggolongan kriteria-kriteria tersebut seperti *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon teknis dengan bobot tertinggi adalah melakukan pelatihan. Prioritas respon teknis yang direkomendasikan untuk dilakukan perbaikan dengan melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja dan membuat standar pelayanan. Hasil dari penelitian ini akan menjadi rekomendasi pada perusahaan dalam memperbaiki kinerja dan memberikan kepuasan pelanggan yang lebih baik lagi kedepannya.

1. Pendahuluan

Pelanggan adalah fokus utama dari semua jenis industri, baik produk maupun layanan. Pelanggan adalah elemen terpenting dalam mengukur kepuasan produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan [1]. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seberapa banyak harapan dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan keinginan [2] [3]. Untuk mengukur tingkat Suara Pelanggan (VOC) dan dipilih solusi yang tepat untuk mengatasi masalah kualitas. Keluhan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dari sebuah perusahaan terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa karena memberikan pelayanan terbaik tidak mudah dilakukan [4]. Keluhan pelanggan sangat penting untuk restoran karena memberikan kesempatan untuk perusahaan agar mampu memperbaiki kekurangan yang dihadapi selama memberikan pelayanan [5]. Keluhan pelanggan (*customer complaints*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif [6]. Keluhan adalah sebagai salah satu cara yang digunakan pelanggan untuk menunjukkan ketidakpuasan yang menjadi titik awal dari perilaku keluhan [7].

Restoran “DCBA” adalah salah satu dari bisnis restoran yang terus menerus melakukan tindakan perbaikan untuk dapat mengimbangi persaingan bisnis. Restoran ini telah beroperasi selama 27 tahun dan merasa bahwa pelayanan yang diberikan belum maksimal. Hal ini didukung dengan banyaknya konsumen yang merasa kurang puas ketika berkunjung ke restoran tersebut. Oleh karena itu, diperlukan sebuah penelitian untuk memperbaiki kinerja restoran ini sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah produk. Pada bisnis restoran, produk berkaitan erat dengan makanan dan minuman yang disajikan pada restoran tersebut. Perubahan pada faktor ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti: menambah jenis menu yang disajikan, memperbanyak porsi, mengubah bumbu dan rasa dari suatu makanan, perubahan harga dan lain sebagainya.

Selain faktor produk, terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor tersebut adalah jasa, yaitu pelayanan pada restoran tersebut [8] [9]. Perubahan pada

faktor ini dapat dilakukan dengan cara: menambah jumlah tenaga kerja, melakukan pelatihan – pelatihan untuk tenaga kerja dan lain sebagainya [10] [11]. Sebelum dilakukan perubahan-perubahan, baik pada faktor produk maupun jasa, maka perlu diketahui terlebih dahulu kriteria perubahan yang mempengaruhi kepuasan konsumen ketika berkunjung ke sebuah restoran [12]. Perubahan yang dilakukan akan memberikan manfaat yang kecil ketika perubahan tersebut diterapkan pada kriteria yang kurang signifikan [13].

Berdasarkan fenomena masalah tersebut, diperlukan suatu strategi dan perbaikan untuk mengatasinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [14] [15], bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) [16]. QFD merupakan metode yang mampu menerjemahkan suara konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas respon teknis untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada industri restoran.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler [17], kepuasan konsumen adalah perbandingan antara tingkat perasaan konsumen atau seseorang dengan harapan yang konsumen atau seseorang harapkan. Kepuasan konsumen terdiri dari rasa senang dan kecewa. Perasaan senang jika sesuatu yang diterima oleh konsumen sesuai dengan apa yang diharapkannya, sedangkan perasaan kecewa merupakan sebaliknya.

2.2 *Quality Function Deployment*

Quality Function Deployment (QFD) merupakan sebuah metodologi untuk menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam sebuah desain produk yang memiliki persyaratan teknis dan karakteristik kualitas tertentu [18]. QFD menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan meningkatkan proses untuk mencapai efektivitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju peningkatan

proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melebihi harapan pelanggan.

Melalui preferensi konsumen, produk atau jasa akan dikembangkan secara proporsional sehingga berpotensi memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, jika produsen mengembangkan suatu produk atau jasa tanpa melibatkan pelanggan, kecil kemungkinannya akan ditanggapi oleh pasar atau bahkan ditinggalkan oleh pelanggannya. Suara dari pelanggan dapat menjadi masukan yang berharga bagi manajemen dalam memetakan area mana yang harus diprioritaskan pada pengembangan produk [19].

2.3 Dimensi Kualitas

Menurut Parasuraman [19], dimensi kualitas dapat diukur dengan 5 dimensi kualitas yang kita kenal dengan Servqual. Melalui dimensi ini, konsumen dapat mengetahui jarak antara ekspektasi pelanggan dan harapan pelanggan [20]. Berikut 5 dimensi Servqual yang terdiri sebagai berikut:

1. Tangible
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empathy

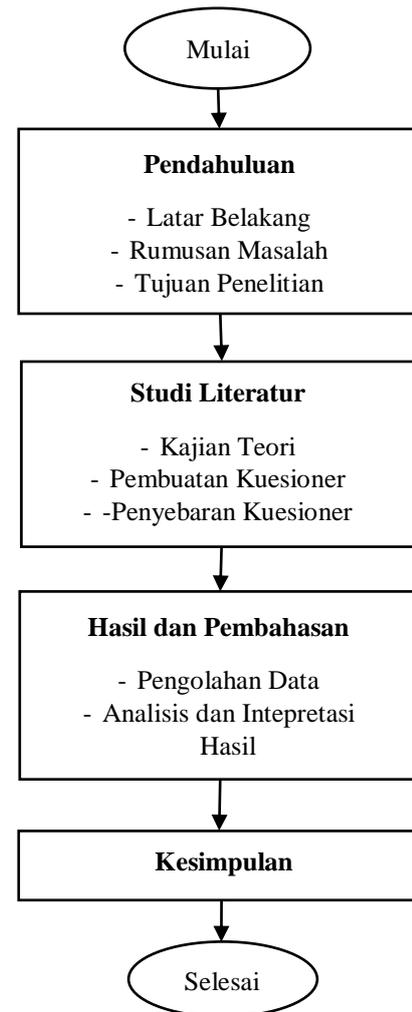
3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan studi untuk menentukan prioritas dari respon teknis yang hendak dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode QFD.

Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan pada 100 responden dari pengunjung restoran. Pemilihan responden didasarkan pada mereka yang sering atau berlangganan datang di Restoran DCBA.

Pada bagian ini menjelaskan tahapan - tahapan yang akan dilakukan selama penelitian berlangsung. Tahapan tersebut adalah pendahuluan meliputi pendefinisian latar belakang masalah, perumusan masalah dan penentuan tujuan penelitian. Tahap kedua studi literatur yang meliputi kajian teori, pembuatan dan penyebaran kuesioner. Tahap ketiga yaitu hasil dan pembahasan yang meliputi pengolahan data, analisis dan interpretasi hasil serta tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan.

Tahapan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

1. Tahap pendahuluan

Tahap pendahuluan yang dilakukan adalah mendefinisikan permasalahan pada latar belakang, merumuskan masalah dan menentukan tujuan penelitian.

2. Studi literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan referensi terkait dengan masalah dalam penelitian dan pengolahan data. Referensi ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan pedoman dalam menyusun kuesioner. Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan kuesioner. Variabel yang akan diukur melalui kuesioner adalah tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tingkat-tingkat tersebut dinilai menggunakan skala 1-5 dengan penjelasan sebagai berikut:

- Penilaian persepsi sangat tidak penting dan sangat tidak puas diberikan bobot 1
- Penilaian persepsi tidak penting dan tidak puas diberikan bobot 2
- Penilaian persepsi netral diberikan bobot 3
- Penilaian persepsi penting dan puas diberikan bobot 4
- Penilaian persepsi sangat penting dan sangat puas diberikan bobot 5

Berdasarkan dimensi kualitas jasa, maka kriteria konsumen yang akan ditanyakan pada kuesioner akan dikembangkan berdasarkan lima dimensi. Penggolongan kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Tangible*

Kriteria perubahan yang tergolong dalam dimensi *tangible* yang akan ditanyakan pada kuesioner adalah: varietas menu, kenyamanan tempat duduk, kebersihan restoran, desain interior restoran, penampilan karyawan, ketersediaan area merokok, brosur yang inovatif dan adanya *background music*. Seluruh kriteria perubahan ini didapatkan melalui proses *brainstorming* dengan pihak restoran.

b. *Reliability*

Kriteria perubahan yang tergolong dalam dimensi *reliability* yang akan ditanyakan pada kuesioner adalah adanya sistem reservasi pada restoran. Kriteria perubahan ini didapatkan berdasarkan pustaka dari dan melalui proses *brainstorming* dengan pihak restoran.

c. *Responsiveness*

Kriteria perubahan yang tergolong dalam dimensi *responsiveness* yang akan ditanyakan pada kuesioner adalah kecepatan pemrosesan pembayaran dan kecepatan pemrosesan permintaan khusus (permintaan tambahan piring, sendok dan lain-lain). Kriteria perubahan ini didapatkan melalui proses *brainstorming* dengan pihak restoran.

d. *Assurance*

Kriteria perubahan yang tergolong dalam dimensi *assurance* yang akan ditanyakan pada kuesioner adalah: pengetahuan tenaga kerja terhadap produk, kemampuan tenaga kerja dalam menyajikan makanan, kemampuan tenaga kerja dalam menjawab pertanyaan atau keluhan dan adanya kompensasi jika terjadi kesalahan dari pihak restoran. Kriteria perubahan ini didapatkan

e. *Empathy*

Kriteria perubahan yang tergolong dalam dimensi *empathy* yang akan ditanyakan pada kuesioner adalah kesopanan dan keramahan

tenaga kerja dan kerelaan tenaga kerja untuk meminta maaf jika terjadi kesalahan. Kriteria perubahan ini didapatkan melalui proses *brainstorming* dengan restoran.

Dimensi pada kualitas pelayanan dibuat berdasarkan atribut-atribut pelayanan yang disesuaikan antara tinjauan literatur dengan permasalahan kepuasan pelanggan di Restoran DCBA. Dimensi kualitas layanan di Restoran DCBA dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 1. Atribut Kualitas Pelayanan Restoran DCBA

Dimensi	No	Atribut
<i>Tangible</i>	1	Kenyaman tempat duduk
	2	Kebersihan restoran
	3	Ketersediaan area merokok
<i>Reliability</i>	4	Adanya reservasi
<i>Responsiveness</i>	5	Proses <i>billing</i> yang cepat
<i>Assurance</i>	6	Pengetahuan karyawan terhadap makanan dan minuman
	7	Kemampuan karyawan dalam menyajikan makanan
	8	Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan & keluhan
<i>Empathy</i>	9	Kesopanan & keramahan karyawan
	10	Permintaan maaf bila melakukan kesalahan

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data dan analisis dengan metode QFD. QFD yang digunakan adalah dengan rumah kualitas (*House of Quality*). Setelah respon teknis diketahui kemudian merekomendasikan tindakan perbaikan.

4. Kesimpulan

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dari tujuan penelitian yang sudah dibuat.

4. Hasil dan Pembahasan

Data yang dipakai dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap 100 responden. Pemilihan responden didasarkan pada pelanggan restoran DCBA. Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden

No	Karakteristik	Detail	Jumlah responden
1	Umur	< 25	8 orang
		25-30	46 orang
		30-40	18 orang
		> 40	28 orang
2	Gender	Laki-laki	46 orang
		Perempuan	54 orang
		Swasta	44 orang
3	Pekerjaan	PNS	23 orang
		Mahasiswa	23 orang

Setelah data terkumpul, selanjutnya diterjemahkan kedalam HoQ untuk mengetahui bobot yang diprioritaskan. Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 2, dapat diketahui bahwa respon teknis yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kebutuhan konsumen secara berturut-turut adalah melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja, membuat standar pelayanan yang baik, menambah jumlah meja dan kursi pada restoran, mempekerjakan tenaga kerja yang ahli, menambah jumlah tenaga kerja, menambah ruangan khusus perokok, melakukan perawatan dan pembersihan terhadap meja dan kursi dan mendesain ruangan yang bagus. Hal ini dapat dilihat dari besarnya bobot dari masing-masing respon teknis.

Berdasarkan bagian matriks korelasi HoQ dapat dilihat bahwa keuntungan dari melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja secara tidak langsung adalah munculnya standar kerja yang baik. Dengan adanya pelatihan, maka tenaga kerja akan mengetahui cara pelayanan yang baik. Kebiasaan ini akan menjadi budaya kerja yang baik sehingga standar pelayanan restoran juga semakin meningkat. Analisa berdasarkan matriks relasi, respon teknis dengan bobot tertinggi adalah mengadakan pelatihan bagi para karyawan. Pemberian nilai 9, yang menandakan hubungan relasi kuat, diberikan kepada relasi respon teknis mengadakan pelatihan dengan kebutuhan konsumen mengenai pengetahuan tenaga kerja terhadap produk, kemampuan tenaga kerja dalam menyajikan makanan, kesopanan tenaga kerja dalam melayani dan kerelaan untuk meminta maaf jika terjadi kesalahan. Keempat kebutuhan ini dapat memiliki relasi kuat karena semua kebutuhan tersebut merupakan topik pembahasan dari sebuah pelatihan tenaga kerja. Dengan mengikuti pelatihan, maka

pengetahuan dan kemampuan tenaga kerja dalam menyajikan makanan serta keramahan dan kesopanan karyawan akan menjadi lebih baik.

Pemberian nilai 3, yang menandakan hubungan relasi sedang, diberikan kepada relasi respon teknis mengadakan pelatihan dengan kebutuhan konsumen mengenai kecepatan pemrosesan pembayaran dan permintaan khusus. Hal ini disebabkan karena fokus utama dari pelatihan bukanlah kebutuhan ini, sehingga pelatihan mengenai kebutuhan yang bersangkutan tetap dilakukan, tetapi porsi yang diberikan tidak sebanyak yang lainnya.

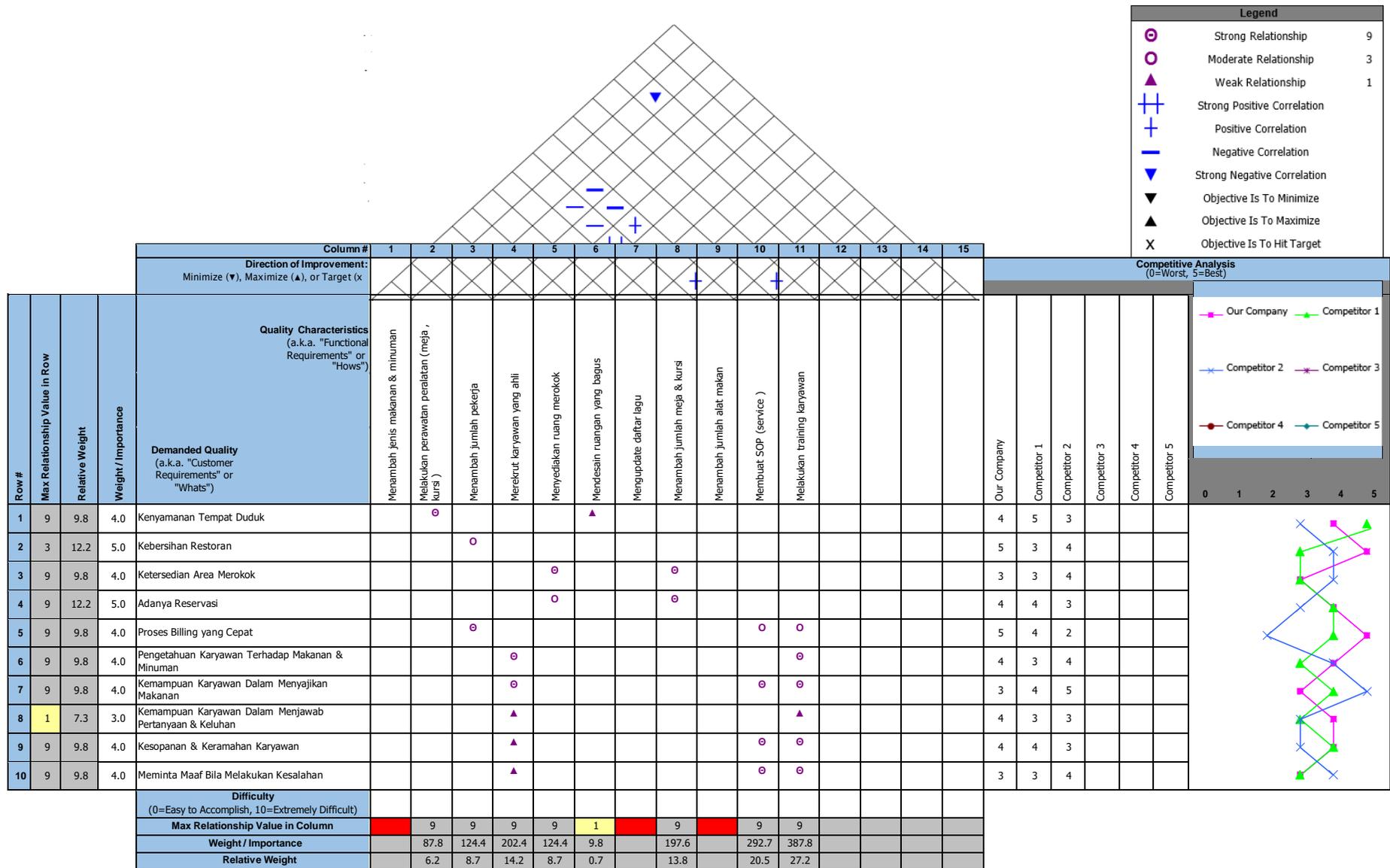
Pemberian nilai 1, yang menandakan hubungan relasi lemah, diberikan kepada relasi respon teknis mengadakan pelatihan dengan kebutuhan konsumen mengenai kemampuan tenaga kerja dalam menjawab pertanyaan dan keluhan. Hal ini disebabkan karena pertanyaan dan keluhan konsumen sangat bervariasi, sehingga kemampuan untuk menjawab pertanyaan dan keluhan bergantung pada setiap individu tenaga kerja. Akan tetapi, mengikuti pelatihan tentang keramahan dan mengetahui produk restoran akan sedikit membantu tenaga kerja dalam menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen.

Respon teknis dengan bobot tertinggi kedua adalah membuat standar pelayanan. Pemberian nilai 9 diberikan pada relasi respon teknis ini dengan kebutuhan konsumen mengenai kemampuan dalam menyajikan makanan, kesopanan karyawan dan kerelaan untuk meminta maaf. Hal ini disebabkan karena standar pelayanan membahas kebutuhan konsumen tersebut. Pada standar pelayanan akan dijelaskan cara menyajikan makanan dengan baik, cara memberi salam kepada konsumen, cara melayani konsumen dengan ramah dan lain-lain. Oleh karena itu, pembuatan standar pelayanan akan memperbaiki dan menjawab kebutuhan konsumen saat ini.

Pemberian nilai 3 diberikan pada relasi respon teknis ini dengan kebutuhan konsumen mengenai kecepatan pemrosesan dan adanya kompensasi jika terjadi kesalahan. Hal ini disebabkan karena standar pelayanan menjelaskan cara pemrosesan pembayaran dan permintaan khusus, sehingga setiap tenaga kerja akan mengetahui prosedur dalam melakukan hal ini. Akan tetapi, tenaga kerja membutuhkan

waktu untuk beradaptasi terhadap prosedur ini sehingga kecepatan pemrosesan ini tidak dapat dijalankan maksimal selama proses adaptasi tersebut. Selain itu, kompensasi dari pihak restoran akan lebih jelas karena adanya standar ini. Jika terjadi kesalahan, maka kompensasi yang seharusnya diberikan restoran





Gambar 2. Matrik House of Quality

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan prioritas respon teknis untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini memberikan rekomendasi prioritas permasalahan yang akan dilakukan perbaikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon teknis dengan bobot tertinggi secara berturut-turut adalah melakukan pelatihan terhadap karyawan dan membuat standar pelayanan yang baik. Prioritas respon teknis yang direkomendasikan untuk dilakukan perbaikan dengan melakukan pelatihan terhadap tenaga kerja dan membuat standar pelayanan yang baik.

Pada penelitian yang akan datang dapat dilakukan pembahasan mencakup sektor produk dari restoran dan penelitian dilakukan dengan tidak mengabaikan *peak hour restoran*.

Daftar Pustaka

- [1] K. Erliana and R. Wibowo, "Perancangan Kemasan Produk Tahu Walik Dengan Metode Quality Function Deployment (Studi Kasus Home Industry Tahu Walik Lawang)," *J. Penelit. dan Apl. Sist. Tek. Ind.*, vol. 14, no. 1, pp. 96–104, 2020.
- [2] S. Riadi, H. Nurmansyah, and F. Yuzevan, "Pengaruh Faktor-Faktor Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wardah Beauty House," *J. Penelit. dan Apl. Sist. Tek. Ind.*, vol. 14, no. 1, pp. 65–74, 2020.
- [3] C. F. Hasibuan and Sutrisno, "Perancangan Shelter Bus Mebidang Dengan Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)," *J. Sist. Tek. Ind.*, vol. 22, no. 1, pp. 77–89, 2020.
- [4] Narto, "Integrasi Metode Swot dan QFD Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Melalui Pengembangan Produk Otak-Otak Bandeng Gresik," *Spektrum Ind.*, vol. 18, no. 1, pp. 65–74, 2020, doi: <http://dx.doi.org/10.12928/si.v18i1.13990>.
- [5] A. L. Hakim, "Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada J&T Express," *J. Matrik*, vol. 18, no. 1, pp. 11–20, 2017.
- [6] A. Indriati *et al.*, "Pengembangan Produk Rowe Luwa Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)," *J. Teknol. Ind. Pertan.*, vol. 15, no. 2, pp. 639–648, 2021.
- [7] V. I. Permata and B. M. Dwiyanto, "Peningkatan Kualitas Restoran dengan Pendekatan Quality Function Deployment (QFD)," *DIPONEGORO J. Manag.*, vol. 9, no. 4, pp. 1–15, 2020.
- [8] N. Martia, "Usulan perbaikan kualitas pelayanan penerbitan sertifikat tanah dengan pendekatan Quality Function Deployment," vol. 12, no. 24, pp. 228–239, 2020.
- [9] U. D. Garuda and M. Jajag, "Penerapan Metode QFD (Quality Function Deployment) di UD Garuda Motor Jajag, Banyuwangi," *J. Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 7, no. 2, pp. 2038–2052, 2018.
- [10] I. Siregar, "Application Quality Function Deployment to Improve Quality of Patient Service in Hemodialysis Installation," in *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 2019, vol. 598, no. 1, pp. 1–5.
- [11] A. Trimarjoko, A. P. Wirani, and H. H. Purba, "Perancangan dan pengembangan produk ban hemat bahan bakar, aman dan nyaman dengan pendekatan quality function deployment," *Oper. Excell. J. Appl. Ind. Eng.*, vol. 11, no. 2, pp. 195–201, 2019.
- [12] D. Wibisono, "Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Dengan Menggunakan Integrasi Metode Servqual Dan QFD: Studi Kasus Sekolah Yasporbi," *Oper. Excell. J. Appl. Ind. Eng.*, vol. 9, no. 1, pp. 44–55, 2017.
- [13] N. M. Dewantari and D. S. Saroso, "Peningkatan Peringkat Akreditasi Menggunakan House of Quality," *Oper.*

- Excell. J. Appl. Ind. Eng.*, vol. 9, no. 2, pp. 104–111, 2017.
- [14] A. B. Yushila, M. Effendi, and U. Effendi, “Customer Satisfaction Analysis With Fuzzy – Servqual Method and Quality Function Deployment (QFD) (Case Study at Café Right Time Malang),” *J. Teknol. Pertan.*, vol. 18, no. 2, pp. 107–118, 2017.
- [15] K. Oktafianto, N. Ariyani, and R. Awanda, “Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Ayam Geprek di Lingkup Universitas PGRI Ronggolawe (Unirow) Tuban,” *Bid. Penelit. Optimasi*, vol. 1, no. 1, pp. 30–38, 2019.
- [16] F. R. Wilujeng and G. D. Rembulan, “Perancangan Model Kualitas Pelayanan Puskesmas Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD),” *J. INTECH*, vol. 5, no. 2, pp. 43–50, 2019.
- [17] P. Kotler, *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation*. New Jersey: Prentice Hall, Inc, 1994.
- [18] L. Cohen, *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. United State of America: Addison Wisley Publishing, 1995.
- [19] Parasuraman, *Delivery Quality Service*. New York: The Free Press, 1990.
- [20] A. Hasibuan *et al.*, “Service Quality Improvement by Using the Quality Function Deployment (QFD) Method at the Government General Hospital,” in *Journal of Physics: Conference Series*, 2019, vol. 1363, no. 1, pp. 1–8.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

