

# Menyusun Standar Kualitas Pada Industri Katering Aqiqah Dengan SERVQUAL

Arfin Yusa Afriyanto\*, Hasbullah Hasbullah

Program Studi Teknik Industri, Universitas Mercu Buana, Jakarta

\*Koresponding email penulis: [arfin.yusa@gmail.com](mailto:arfin.yusa@gmail.com)

## Abstrak

Produk atau jasa pada suatu industri memiliki atribut berkaitan dengan kualitas yang digunakan sebagai alat ukur. Artikel ini memiliki tujuan untuk menyusun instrument untuk mengukur standar kualitas terhadap industri katering khususnya pada aqiqah. Metode yang digunakan terdiri dari FGD untuk menyusun instrument SERVQUAL. Instrument tersebut akan diteliti terhadap pelanggan untuk menemukan *voice of customer* sehingga tersusun instrument kualitas pada industri katering aqiqah. Batasan penelitian ini hanya untuk menyusun instrument standar kualitas berdasarkan *voice of customer*. *Sample* yang digunakan pada penelitian ini merupakan salah satu usaha aqiqah di Kabupaten Tangerang. *Sample* terdiri dari pelanggan usaha tersebut. Berdasarkan hasil dari penelitian, instrument yang disusun dapat digunakan untuk mengembangkan kualitas pada usaha tersebut. Hal ini didasari oleh nilai median pada seluruh instrument yang disusun memiliki nilai 4 (setuju). Sedangkan instrument keramahan, klasifikasi harga dan fasilitas yang lengkap memiliki nilai median 5 (sangat setuju). Dengan begitu instrument kualitas aqiqah yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur kualitas pada usaha tersebut.

**Kata Kunci:** FGD, Katering, SERVQUAL. *Voice of Customer*

## Abstract

*Products or services in an industry have attributes related to quality that are used as measures. This article aims to design quality attributes for the catering industry, particularly for aqiqah ceremonies. The method used consists of Focus Group Discussions (FGD) to design the SERVQUAL instrument. This instrument will be studied among customers to identify the voice of the customer, thereby establishing quality attributes in the aqiqah catering industry. The scope of this research is solely to design quality attributes based on the voice of the customer. The sample used in this study is one aqiqah business in Tangerang Regency, consisting of customers of that business. Based on the research findings, the developed instrument can be used to enhance the quality of the business. This is supported by the median value across all instruments developed being 4 (agree). Meanwhile, attributes such as friendliness, price affordability, and comprehensive facilities have a median value of 5 (strongly agree). Therefore, the designed attributes can effectively measure the quality of the business.*

**Keywords:** *Catering, FGD, SERVQUAL, Voice of Customer*

## 1. Pendahuluan

Kualitas merupakan karakteristik dari suatu produk ataupun layanan jasa. Produk yang memiliki kualitas baik maka makin baik juga kepuasan pelanggan. Setiap usaha harus menjaga kualitasnya agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang ada. Dalam mengukur suatu kualitas dibutuhkan instrument terkait pada produk yang akan diukur, agar hasil pengukuran tepat dan sesuai dengan pasar yang dituju serta cocok terhadap keinginan pelanggan.

Aqiqah merupakan kegiatan keagamaan yang dilakukan pada saat bayi berumur tujuh hari (H. Abd. Muis W, 2020). Kegiatan yang dimaksud adalah untuk menyembelih kambing atau domba sebanyak dua ekor apabila bayi tersebut laki-laki dan satu ekor untuk bayi perempuan. Kegiatan tersebut memiliki nilai keagamaan tersendiri. kegiatan aqiqah ini dapat disandingkan dengan tingkat kelahiran sehingga usaha aqiqah memiliki pasar yang tetap. Menkop UKM Teten Masduki menyampaikan



besaran pasar kambing aqiqah di Indonesia mencapai angka Rp 6 Triliun (Anggraeni, 2021). Berdasarkan proyeksi jumlah kelahiran di Indonesia tahun 2020-2050 (Ayuningrum, 2023) usaha aqiqah ini akan tetap memiliki pasar karena tren proyeksi bersifat positif. Selain itu setidaknya terdapat sekitar 94% umat Islam dari keseluruhan penduduk Banten. Hal tersebut menunjukkan peluang yang besar pada bisnis aqiqah.

Menurut Ketua Aspaqin Banten pada tahun 2022, potensi usaha aqah di provinsi tersebut adalah tinggi sehingga timbulnya kompetisi antar pelaku usaha. Untuk itu standar kualitas yang terjaga dan pengembangan bisnis harus dilakukan oleh pengusaha aqiqah agar bisnisnya berkembang. Walau dengan peluang yang ada, pengusaha aqiqah harus tetap memberikan kualitas yang sesuai dengan pelanggan inginkan apalagi dengan kemudahan berkomunikasi dampak terhadap testimoni yang buruk bisa dapat dirasakan pengusaha. Selain itu juga, alasan dari pengusaha harus menjaga standar kualitasnya agar tetap dapat bersaing di pasar aqiqah. Karena apabila pelanggan mengalami testimoni yang buruk terhadap produk maka pelanggan tersebut bisa tidak menggunakan produk tersebut kembali bahkan dapat memberikan testimoniya kepada orang lain sehingga dapat mempengaruhi penjualan produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu UMKM khususnya salah satu pengusaha aqiqah di Kabupaten Tangerang. Tujuan penelitian ini yaitu menyusun instrument standar kualitas aqiqah yang dapat digunakan untuk mengukur produk dan jasa aqiqah pada UMKM tersebut. Dengan begitu usaha tersebut dapat berkembang serta dapat melakukan pengukuran kualitas produk dan layanan jasanya. Penelitian ini terbatas pada lokasi pengusaha tersebut karena sample yang digunakan merupakan pelanggan usaha tersebut pada rentang april 2023 sampai february 2024.



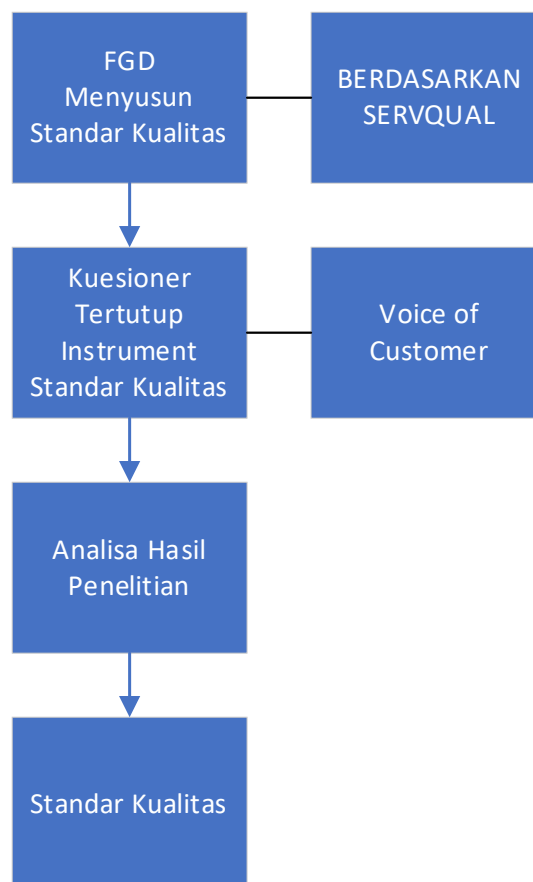
Gambar 1. Proyeksi Jumlah Kelahiran Indonesia Tahun 2020-2050

## 2. Metodologi

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *quality function deployment* (QFD). QFD merupakan metode yang banyak digunakan pada industri manufaktur akan tetapi dapat digunakan untuk industri layanan dan jasa (Erdil & Arani, 2019). Selain itu QFD digunakan untuk menterjemahkan keinginan pelanggan (Ariani, 2020). Metode tersebut digunakan untuk menyusun instrument pengukuran kualitas yang didasari oleh *voice of customer*. *Voice of customer* atau suara pelanggan merupakan keinginan pelanggan yang didapatkan melalui metode wawancara terhadap pelanggan (Dyana et al., 2020). Dalam penyusunan instrument tersebut peneliti melakukan *focus group discussion* (FGD) dengan pengusaha aqiqah, *Halal Expert* dan PhD dibidang industri. Diskusi tersebut ditujukan untuk menyusun instrumen yang dapat mengakomodir usaha aqiqah dalam lingkup bisnis dan hukum syariah. Dengan adanya diskusi tersebut juga pengusaha aqiqah dapat berdiskusi dengan expert industri sehingga instrument yang dibangun sesuai dengan lokasi penelitian dan tingkat usaha yang dilakukan.

Dalam memudahkan penyusunan dan pengukuran instrument yang akan disusun, metode SERVQUAL digunakan agar instrument yang disusun dapat dikaitkan dengan dimensi pada metode SERVQUAL. Dengan begitu penyusunan ini akan terpusat pada dimensi tersebut dan memudahkan pengusaha aqiqah dalam menggunakannya instrument ini. Penyusunan ini dilakukan melalui metode FGD yang telah disebutkan sebelumnya, dengan begitu pelanggan tidak kesulitan menentukan keinginannya dalam *voice of customer* karena instrument telah disusun berdasarkan FGD dan SERVQUAL. Instrument tersebut akan disebar untuk diteliti dengan kuesioner tertutup dalam menentukan apakah instrument tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Setelah instrumen tersebut disusun maka akan dilakukan kuesioner tertutup menggunakan skala likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju). Sample yang digunakan merupakan pelanggan usaha aqiqah tersebut dari bulan April 2023-Februari 2024 yang berjumlah 50 orang. Kuesioner tertutup ini ditujukan untuk menentukan apakah instrument yang dibangun telah sesuai dengan keinginan pelanggan terhadap kualitas yang diharapkan pada produk dan jasa aqiqah. Dengan begitu instrument dapat digunakan untuk pengembangan bisnis pengusaha aqiqah tersebut apabila instrument dinyatakan valid berdasarkan metode kuantitatif terhadap kuesioner tertutup yang dilakukan.



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian

### 3. Analisis Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Analisis Hasil

Setelah dilakukan *focus group discussion* (FGD), instrumen pengukuran kualitas terhadap usaha aqiqah yang dimaksud telah dibuat dengan metode SERVQUAL pada kegiatan FGD tersebut. instrumen ini selanjutnya akan disebar kepada pelanggan aqiqah yang dimaksud untuk menentukan apakah instrumen tersebut dapat digunakan atau tidak. Hal ini guna memastikan kesesuaian instrumen kualitas aqiqah terhadap keinginan pelanggan aqiqah. Berikut merupakan instrumen pengukuran kualitas yang telah disusun.

**Tabel 1.** Instrumen Kualitas Usaha Aqiqah

No	Dimensi	Instrumen	Kode
1	<i>Reliable</i> (Parasuraman et al., 1988)	Testimoni positif oleh pelanggan	R1
2		Profesionalisme Pengusaha	R2
3		Kesesuaian jasa yang ditawarkan dan diberikan	R3
4		Pemahaman Pengusaha akan hukum syariah	R4
5		SDM memadai	R5
6	<i>Responsive</i> (Parasuraman et al., 1988)	Kemudahan dihubungi	RE1
7		Informatif	RE2
8		Responsif terhadap pelanggan	RE3
9		Tindak lanjut terhadap keluhan	RE4
10		Komitmen terhadap penawaran	RE5
11	<i>Assurance</i> (Parasuraman et al., 1988)	Terdapat Standar hewan aqiqah	A1
12		Terdapat Katalog produk jelas	A2
13		Kompetensi SDM yang mumpuni	A3
14		Fasilitas hewan, catering dan tempat jual beli yang baik	A4
15		Kebersihan tempat usaha dan proses usaha	A5
16	<i>Empathy</i> (Parasuraman et al., 1988)	Sabar	E1
17		Cepat tanggap kepada permintaan pelanggan	E2
18		Ramah	E3
19		Menyediakan kategori harga	E4
20		Pengusaha memiliki adab kepada manusia dan binatang	E5
21	<i>Tangible</i> (Parasuraman et al., 1988)	Fasilitas kandang yang mumpuni	T1
22		Fasilitas potong lengkap	T2
23		Fasilitas catering yang baik	T3
24		Fasilitas SDM yang mumpuni	T4
25		Hewan aqiqah yang sehat	T5

Instrumen pada tabel 1 selanjutnya disebarakan melalui kuesioner tertutup terhadap pelanggan usaha aqiqah yang dimaksud. Berikut merupakan hasil dari kuesioner tertutup.

**Tabel 2.** Hasil Kuesioner Tertutup Instrumen Kualitas Usaha Aqiqah

No	Dimensi	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	<i>Reliable</i>	Testimoni positif oleh pelanggan	0	0	9	29	12
2		Profesionalisme Pengusaha	0	2	5	21	22
3		Kesesuaian jasa yang ditawarkan dan diberikan	0	2	5	21	22
4		Pemahaman Pengusaha akan hukum syariah	0	1	7	22	20
5		SDM memadai	0	0	6	26	18
6	<i>Responsive</i>	Kemudahan dihubungi	0	0	5	21	24
7		Informatif	0	0	5	25	20
8		Responsif terhadap pelanggan	0	0	6	25	19
9		Tindak lanjut terhadap keluhan	0	1	7	29	13
10		Komitmen terhadap penawaran	0	1	7	28	14
11	<i>Assurance</i>	Terdapat Standar hewan aqiqah	0	0	3	25	22
12		Terdapat Katalog produk jelas	0	0	4	25	21
13		Kompetensi SDM yang mumpuni	0	0	6	24	20
14		Fasilitas hewan,	0	1	8	23	18

No	Dimensi	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
15		katering dan tempat jual beli yang baik Kebersihan tempat usaha dan proses usaha	0	1	6	21	22
16	<i>Empathy</i>	Sabar	0	0	4	25	21
17		Cepat tanggap kepada permintaan pelanggan	0	0	6	24	20
18		Ramah	0	0	3	19	28
19		Menyediakan kategori harga	0	0	3	21	26
20		Pengusaha memiliki adab kepada manusia dan binatang	0	1	4	27	18
21	<i>Tangible</i>	Fasilitas kandang yang mumpuni	0	0	5	25	20
22		Fasilitas potong lengkap	0	0	6	18	26
23		Fasilitas katering yang baik	0	0	4	24	22
24		Fasilitas SDM yang mumpuni	0	0	4	24	22
25		Hewan aqiqah yang sehat	0	0	8	26	16

Berdasarkan data kuesioner yang telah dikumpulkan secara umum lebih dari 50% sample menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa instrument yang telah disusun valid dan dapat digunakan untuk pengukuran kualitas pada usaha aqiqah yang dimaksud. Selain nilai median, terdapat nilai mean atau rerata. Nilai rerata itu dapat diartikan sebagai ekspektasi pelanggan terhadap kualitas yang diinginkan. Nilai tersebut dapat menjadi acuan pengusaha aqiqah dalam mengembangkan usahanya namun nilai tersebut tidak menggambarkan kualitas produk dan jasa yang diberikan pengusaha aqiqah yang dimaksud.

**Tabel 3.** Hasil Kuesioner Tertutup Instrumen Kualitas Usaha Aqiqah

Instrumen Kualitas	Mean	Median	Mean (Dimensi)
R1	4,06	4	4,16
R2	4,26	4	
R3	4,04	4	
R4	4,22	4	
R5	4,24	4	
RE1	4,38	4	4,22
RE2	4,3	4	
RE3	4,26	4	
RE4	4,08	4	
RE5	4,1	4	
A1	4,38	4	4,29
A2	4,34	4	
A3	4,28	4	
A4	4,16	4	
A5	4,28	4	
E1	4,34	4	4,36
E2	4,28	4	
E3	4,5	5	
E4	4,46	5	
E5	4,24	4	

Instrumen Kualitas	Mean	Median	Mean (Dimensi)
T1	4,3	4	4,32
T2	4,4	5	
T3	4,36	4	
T4	4,36	4	
T5	4,16	4	

### 3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner tertutup dapat dinyatakan seluruh instrumen kualitas usaha aqiqah dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran kualitas pada usaha yang dimaksud. Hal ini didasari oleh nilai median dari seluruh instrumen minimal bernilai 4 atau setuju. Nilai median ini menunjukkan bahwa setidaknya 50% atau lebih pelanggan setuju terhadap instrumen yang disusun. Hal tersebut dapat diartikan sebagian besar pelanggan setuju pada instrumen yang disusun dan apabila instrumen tersebut digunakan maka telah mewakili keinginan pelanggan usaha aqiqah yang dimaksud. Dengan adanya instrumen ini pengusaha dapat melakukan pengukuran terhadap kualitas yang diberikan olehnya dan dapat melanjutkan ketahapan selanjutnya dari *QFD* atau menjadi *benchmark* terhadap kualitas yang telah diberikan.

Apabila dilakukan pengukuran oleh pengusaha maka nilai instrumen ini merupakan ekspektasi dari pelanggan usaha tersebut. Sehingga dalam menentukan fokus perbaikan maupun pengembangan kualitas dapat ditentukan berdasarkan gap ekspektasi terhadap nilai kualitas yang diberikan usaha. Setelah itu pengusaha dapat menggunakan *house of quality*. *House of quality* ini digunakan untuk menentukan nilai *technical respond* (Iqbal et al., 2021). Dengan begitu perbaikan kualitas dapat dilakukan dengan efektif karena sesuai dengan keinginan pelanggan. Selain itu nilai dari hasil instrumen ini dapat menunjukkan keinginan pelanggan di pasar aqiqah tersebut, maka dari itu pengusaha dapat mengarahkan usahanya sesuai keinginan pelanggan.

Tabel 3 dapat dilihat terdapat 3 instrument memiliki nilai median 5 yang dapat diartikan pelanggan sangat setuju terhadap instrumen tersebut. Instrument tersebut adalah E3 (Pengusaha Ramah), E4 (Kategori harga), dan T2 (Lokasi pemotongan yang lengkap). Nilai rerata dari instrument tersebut berturut-turut 4,5, 4,46 dan 4,4. Nilai tersebut menunjukkan tingginya ekspektasi pelanggan terhadap kualitas tersebut. Sedangkan ekspektasi paling rendah adalah R3 yaitu kesesuaian jasa yang ditawarkan dan yang diterima.

Sedangkan instrumen yang paling rendah adalah Kesesuaian produk (R3), Testimoni (R1) dan Tindak lanjut kepada pelanggan (RE4). Pelanggan cenderung akan membeli catering aqiqah pada pengusaha yang ramah dan memiliki fasilitas yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dengan rerata dimensi *Empathy* dan *Tangible* yang paling tinggi. Bila dilihat dari dimensi *empathy* maka pengusaha aqiqah dapat fokus pada sikap ramah (E3), memiliki kategori harga (E4), Sabar (E1), Cepat tanggap (E2) dan Adab (E5). Namun walau dimensi *reliable* memiliki mean paling rendah tetapi instrumen R2 yaitu profesionalisme memiliki nilai rerata 4,24. Sehingga pengusaha harus melihat kembali rerata per instrumen dan perdimensinya. Apabila disusun berdasarkan nilai meannya maka urutan instrumen kualitas aqiqah adalah:

**Tabel 4.** Rank Instrumen Kualitas Aqiqah

No	Kode Instrumen	Instrumen Kualitas Aqiqah	Mean
1	E3	Ramah	4,5
2	E4	Menyediakan kategori harga	4,46
3	T2	Fasilitas potong lengkap	4,4
4	RE1	Kemudahan dihubungi	4,38
5	A1	Terdapat Standar hewan aqiqah	4,38
6	T3	Fasilitas catering yang baik	4,36
7	T4	Fasilitas SDM yang mumpuni	4,36
8	A2	Terdapat Katalog produk jelas	4,34
9	E1	Sabar	4,34
10	RE2	Informatif	4,3



No	Kode Instrumen	Instrumen Kualitas Aqiqah	Mean
11	T1	Fasilitas kandang yang mumpuni	4,3
12	A3	Kompetensi SDM yang mumpuni	4,28
13	A5	Kebersihan tempat usaha dan proses usaha	4,28
14	E2	Cepat tanggap kepada permintaan pelanggan	4,28
15	R2	Profesionalisme Pengusaha	4,26
16	RE3	Responsif terhadap pelanggan	4,26
17	R5	SDM memadai	4,24
18	E5	Pengusaha memiliki adab kepada manusia dan binatang	4,24
19	R4	Pemahaman Pengusaha akan hukum syariah	4,22
20	A4	Fasilitas hewan, katering dan tempat jual beli yang baik	4,16
21	T5	Hewan aqiqah yang sehat	4,16
22	RE5	Komitmen terhadap penawaran	4,1
23	RE4	Tindak lanjut terhadap keluhan	4,08
24	R1	Testimoni positif oleh pelanggan	4,06
25	R3	Kesesuaian jasa yang ditawarkan dan diberikan	4,04

Namun tinggi atau rendahnya dari nilai rerata instrumen yang disusun tidak dapat dijadikan acuan seutuhnya oleh pengusaha untuk digunakan sebagai penentuan strategi bisnisnya. Hal ini dikarenakan belum adanya penilaian terhadap kualitas *actual* pada produk dan jasa yang diberikah oleh pengusaha aqiqah yang dimaksud. Pengukuran kualitas produk dan jasa tersebut diperlukan apabila pengusaha ingin mengetahui nilai kualitas produk dan jasa yang diberikan olehnya. Penggunaan instrumen ini juga terpaut pada pengusaha aqiqah yang dimaksud dikarenakan banyaknya faktor pelanggan terhadap industri aqiqah ini.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pada industri aqiqah ini pelanggan cenderung melihat empati dari si pengusaha atau pedagang. Hal ini dapat diterapkan oleh para pengusaha aqiqah pada area sekitar usaha aqiqah yang dimaksud. Selain hal tersebut, instrument kualitas yang telah disusun dapat digunakan oleh pengusaha aqiqah sebagai alat ukur kualitas usahanya tersebut. Dengan begitu pengusaha aqiqah dapat mengetahui gap antara keinginan pelanggan dengan kualitas *actual* yang diberikan. Apabila sudah diketahui hal tersebut pengusaha aqiqah dapat melakukan peningkatan kualitas produknya dengan memfokuskan nilai gap yang paling tinggi antara keinginan pelanggan dengan kualitas *actual* yang diberikan serta nilai keinginan paling tinggi. Hal tersebut dapat dibedakan dengan diagram kartesius.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Instrumen kualitas yang disusun dapat digunakan sebagai alat ukur pengusaha aqiqah yang dimaksud untuk mengetahui kualitas yang diberikah oleh usaha tersebut. Hal ini didasari oleh nilai median dari seluruh instrumen memiliki nilai 4 atau setuju berdasarkan skala likert. Dengan adanya instrumen tersebut pengusaha dapat melakukan pengukuran kualitas terhadap produk dan jasa yang diberikan olehnya. Instrumen pengukuran tersebut pengusaha dapat mengembangkan kualitas dan membuat strategi bisnis terhadap kualitas yang ditargetkan.

Dalam hal peningkatan maupun perbaikan kualitas, pengusaha aqiqah pertama-tama harus melakukan pengukuran kualitas menggunakan instrumen yang telah disusun. Dengan begitu pengusaha aqiqah akan mengetahui posisi usahanya dalam pandangan pelanggan. Sebab nilai-nilai mean pada instrumen yang disusun tersebut tidak menggambarkan kualitas usaha aqiqah yang dimaksud, melainkan ekspektasi pelanggan usaha aqiqah tersebut. Pengusaha aqiqah dapat fokus terhadap instrumen yang memiliki gap nilai yang tinggi antara ekspektasi dan nilai kualitas produk dan jasa layanannya. Akan tetapi hal ini tidak menutup atau menghalangi pengusaha dalam menggunakan instrumen ini sebagaimana kehendaknya.

Penggunaan instrumen ini terpaut pada pengusaha aqiqah yang dimaksud yaitu salah satu usaha aqiqah di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Penggunaan instrumen ini selain pada lokasi usaha tersebut membutuhkan penelitian lebih lanjut terhadap pelanggan pada lokasi dimana instrumen ini akan digunakan. Penelitian lebih lanjut ini dimaksud untuk mengetahui keinginan pelanggan pada lokasi dimana instrument ini akan digunakan, karena sample yang digunakan tidak mewakili pelanggan di daerah selain penelitian ini dilakukan. Dengan adanya perbedaan sifat dan budaya masyarakat tentu akan membedakan tingkat kualitas yang diinginkan. Selain hal tersebut faktor pemahaman terhadap hukum syariah dan tingkat ekonomi tidak diteliti lebih lanjut pada penelitian ini, faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan ada atau tidaknya perubahan jenis maupun nilai instrument yang telah disusun untuk menyesuaikan dengan standar keinginan pelanggan.

## Daftar Pustaka

- Anggraeni, R. (2021, December 7). *Bisnis Kambing untuk Aqiqah Capai Rp6,1 Triliun, Menkop UKM: Itu Besar Sekali*. IDXChannel. <https://www.idxchannel.com/economics/bisnis-kambing-untuk-aqiqah-capai-rp61-triliun-menkop-ukm-itu-besar-sekali>
- Ariani, D. W. (2020). *Manajemen Kualitas*. Universitas Terbuka. <https://repository.ut.ac.id/4792/>
- Ayuningrum, F. T., & Indonesia. Badan Pusat Statistik. (2023). *Proyeksi penduduk Indonesia 2020-2050: hasil sensus penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://webapi.bps.go.id/download.php?f=qiN0CzU0rxxSBKkKdlqIbD3UHVt/i6gm08BEHJL6NMdWQg0z0hOe80JGtck27G4CnvSnvWPPGZxztukIJDzLUkoY+FQbHISckdMhxY/88b+VnfKQk0+PZnGGBNzEVgRqgY32LbaGas7T8DJJgp/r5p2h1/g/JuY0Zgv/Dakhehs1erGHVzN0udQz/GMfA/yBn8YUpzgh5/H7PtCZSJhYXNsUlvPM3ksuV8wm5VvOk491qOcQqJx8jCT9Swk5ED56wAnYzhixOrvrzwV5LbXSWQ85Xz7PdPDjkuS3ercfMuw/sGuduE8LDHLhvedCt2/H>
- Bernal, L., Dornberger, U., Suvelza, A., & Byrnes, T. (2009). *Quality Function Deployment (Qfd) For Services Handbook*. Universitat Leipzig.
- Bisnis Corner. (2022). *Presiden Aspaqin Sebut Potensi Bisnis Aqiqah Menjanjikan*. <https://www.bisniscorner.com/2022/01/26/presiden-aspaqin-sebut-potensi-bisnis-aqiqah-menjanjikan/>
- Caruana, A. (2002). Service loyalty. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Dyana, N., Budiharti, N., & Galuh, H. (2020). Analisis Qfd (Quality Function Deployment) Untuk Perbaikan Produk Thai Tea Merek Kaw-Kaw Di Ukm Waralaba Di Landungsari, Malang. *Jurnal Valtech*, 3(2), 153–159. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/2768>
- Erdil, N. O., & Arani, O. M. (2019). Quality function deployment: more than a design tool. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(2), 142–166. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-02-2018-0008>
- H. Abd. Muis W, R. J. (2020). Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Acara Aqiqah Di Desa Teluk Sialang Kecamatan Tungkal Ilir. *Aktualita: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(2), 52–65. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/view/198>
- Iqbal, Z., Waheed, M., & Rajab, M. (2021). Improving Customers Satisfaction through Significance of Technical Attribute in QFD Studies. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 7(2), 415–432. <https://doi.org/https://doi.org/10.26710/jbsee.v7i2.1706>
- Jumlah Penduduk Menurut Agama*. (2021). Retrieved from Satu Data Kementerian Agama RI: <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–39. <https://www.researchgate.net/publication/200827786>



- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa, Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Penerbit Indeks Jakarta.
- Wolniak, R. (2018). The use of QFD method advantages and limitation. *Production Engineering Archives*, 18(18), 14–17. <https://doi.org/10.30657/pea.2018.18.02>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.2307/1251929>