

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment* Pada Kopi Maning Bekasi

Alfa Sandi Yudha^{1*}, Muhammad Isa Lufti²

^{1,2)} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana
Jl. Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Email: alfasy1506@gmail.com*, isa.lufti@mercubuana.ac.id

Abstrak

Kualitas pelayanan yang superior menjadi faktor utama dalam menjamin keberhasilan coffee shop menghadapi persaingan yang semakin sengit, karena kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam menentukan pengalaman dan loyalitas mereka. Pada tahun 2023, terjadi penurunan penjualan di Kopi Maning, sejalan dengan munculnya keluhan-keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kopi Maning. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Maning Bekasi serta mengidentifikasi atribut yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel operasional yang digunakan meliputi lima aspek metode *SERVQUAL*: tangibles (tangible factors), reliability (keandalan), responsiveness (responsif), assurance (jaminan), dan empathy (empati), dengan pengukuran menggunakan 30 indikator yang diukur menggunakan skala Likert. Data primer dari hasil kuisioner kepada 100 responden menggunakan teknik probability sampling, diolah dengan metode *SERVQUAL* dan evaluasi *Quality Function Deployment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kopi Maning masih dalam kategori tidak puas karena gap yang dihasilkan negatif pada semua indikator, terutama pada aspek *Tangibles*. Selain itu, atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki berdasarkan QFD yaitu ketersediaan fasilitas penunjang, dengan respon teknis yang paling diprioritaskan yaitu penerapan sistem monitoring dan evaluasi berkala. Atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki akan meningkatkan kepuasan pelanggan Kopi Maning Bekasi.

Kata kunci: kepuasan pelanggan; kualitas pelayanan; Service Quality; *Quality Function Deployment*; coffee shop; evaluasi.

Abstract

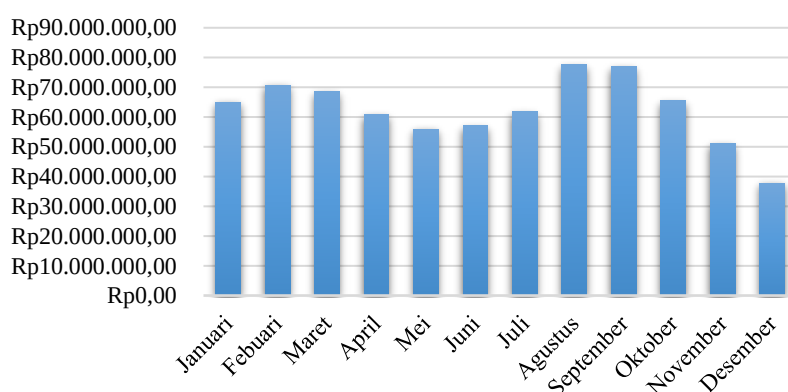
*In 2023, Kopi Maning experienced a decline in sales coinciding with customer complaints about service quality. This study aims to assess customer satisfaction with Kopi Maning Bekasi's service and identify areas needing improvement to enhance customer satisfaction. Operational variables include the five aspects of the *SERVQUAL* method: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, measured across 30 indicators using a Likert scale. Primary data from a questionnaire survey of 100 respondents using probability sampling were analyzed using *SERVQUAL* and *Quality Function Deployment (QFD)* evaluation methods. The findings indicate that customer satisfaction with Kopi Maning's service quality remains unsatisfactory, as evidenced by negative gaps across all indicators, particularly in the *Tangibles* aspect. Moreover, based on QFD, facilities availability emerged as a priority attribute for improvement, with the technical response prioritized being the implementation of regular monitoring and evaluation systems. Addressing these prioritized attributes is expected to enhance customer satisfaction at Kopi Maning Bekasi.*

Keywords: customer satisfaction; service quality; *SERVQUAL*; *Quality Function Deployment*; coffee shop; evaluation.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, fokus pada kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan, karena kepuasan pelanggan yang optimal dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar melalui pembelian kembali produk (Robyardi, 2013). Pengusaha diharapkan untuk menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan bisnis agar dapat bersaing dengan pesaing baru (Hannan, 2022). Industri coffee shop di Indonesia, yang memiliki tingkat konsumsi kopi tertinggi kedua se-Asia Pasifik (International Coffee Organization (ICO), 2023), mengalami pertumbuhan pesat. Kopi telah menjadi salah satu elemen yang penting dalam gaya hidup masyarakat Indonesia (Maulana et al., 2021), dan banyak coffee shop muncul di berbagai lokasi, seperti di Bekasi Timur, Kota Bekasi. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap coffee shop memiliki daya saing kuat untuk bertahan dan menarik konsumen (Hatammimi & Amelya, 2024). Pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan menjadi krusial, dengan kualitas pelayanan sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan mereka (Nyoman et al., 2019), dan kepuasan pelanggan menjadi indikator utama keberhasilan sebuah perusahaan (Swastha & Irawan, 2005).

Kopi Maning, yang berlokasi di Jl KH. Agus Salim, Bekasi Timur, Kota Bekasi, telah berdiri sejak 2015 dan menjadi tempat favorit anak muda untuk berkumpul. Selain berbagai jenis kopi, Kopi Maning juga menawarkan makanan dan minuman non-kopi. Buka dari pukul 09.30 hingga 00.00, Kopi Maning juga dikenal dengan acara menarik, termasuk tiga konser musik pada 2023 yang meningkatkan popularitasnya. Namun, data penjualan tahun 2023 menunjukkan fluktuasi dan penurunan, terutama dari Agustus hingga Desember, dengan penurunan terbesar sebesar 32,3% pada November. Hasil wawancara dengan Manager Kopi Maning dan survei pelanggan menunjukkan beberapa keluhan yang mungkin berkontribusi pada penurunan ini, seperti kualitas layanan barista, desain ruang yang kurang menarik, area parkir yang sempit, dan papan nama yang kurang terlihat.



Gambar 1. Grafik Penjualan Kopi Maning Tahun 2023

Tabel 1. Keluhan Pelanggan Kopi Maning

No.	Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan
1.	Papan nama kopi maning kurang terlihat jelas	10
2.	Area parkir sempit	8
3.	Tata ruang kopi maning kurang hidup/menarik	8
4.	Pelayan kurang sigap dalam melayani	7
5.	Suasana terlalu ramai/berisik	5
6.	Kurangnya keberagaman menu	4
7.	Kurangnya kebersihan meja/toilet/fasilitas lain	4

No.	Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan
8.	Suasana terlalu ramai/berisik	5
9.	Kurangnya cita rasa pada makanan/minuman	3
10.	Pelayan terlalu lama dalam menyajikan pesanan	2

Untuk memahami dan meningkatkan kualitas pelayanan di Kopi Maning, digunakan pendekatan *Service Quality* (Servqual) dan *Quality Function Deployment* (QFD). SERVQUAL merupakan sebuah metode dinamis yang mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima kategori: tangibles (bukti fisik), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). (Priansa, 2020). Metode ini membantu mengidentifikasi masalah layanan dan menemukan cara memperbaikinya. QFD, menurut Gunther (2000), mengubah keinginan konsumen menjadi produk atau layanan dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan tanpa batasan anggaran. Struktur QFD menggunakan matriks House of Quality (HOQ) untuk menangkap suara pelanggan dan mengarahkan upaya peningkatan (Bulut et al., 2018; Erdil & Arani, 2019). Proses perubahan kualitas pelayanan membutuhkan alat bantu seperti survei pelanggan dan umpan balik (Chandra, 2020). Servqual menjadikan kualitas pelayanan faktor penting untuk kepuasan pelanggan, sedangkan QFD merancang strategi peningkatan kualitas. QFD menetapkan spesifikasi kebutuhan pelanggan dan mengevaluasi kapabilitas layanan. QFD dan Servqual bekerja sama untuk memastikan produk atau jasa sesuai dengan prioritas dan harapan pelanggan, menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian mengenai "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Servqual dan Quality Function Deployment di Kopi Maning Bekasi."

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini mengidentifikasi dua isu utama: (1) bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Kopi Maning Bekasi berdasarkan *Service Quality* (Servqual) dan (2) apa saja atribut yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan *Service Quality* dan QFD. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap layanan di Kopi Maning Bekasi serta mengidentifikasi aspek-aspek yang memerlukan perbaikan. Batasan penelitian mencakup fokus pada Kopi Maning Bekasi dengan data sepanjang tahun 2023, penggunaan kuisioner untuk pengambilan data primer, pengukuran kualitas pelayanan dengan pendekatan Servqual, dan analisis menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei untuk mengumpulkan data dari sampel yang mewakili populasi. Metode penelitian kuantitatif, seperti yang dijelaskan oleh Santoso & Madiistriyanto (2021), dan (Mustafa & Winarno, 2018), menekankan pengukuran hasil yang objektif dengan analisis statistik yang sistematis, terencana, dan terstruktur. Ukuran sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode Lemeshow karena tidak ada kepastian mengenai ukuran populasi, dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin kesalahan maksimum 10%. Hasil perhitungan menunjukkan ukuran sampel sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuisioner dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan akurasi dan konsistensi instrumen penelitian.

Dalam pengolahan dan analisis data, uji validitas dilakukan dengan rumus Product Moment Pearson dan menggunakan program *SPSS Statistic for Windows* 25.0, dengan dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi 0,05. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi hasil pengukuran menggunakan *Cronbach's alpha*, dengan acuan bahwa nilai di atas 0,60 menunjukkan instrumen yang reliabel. Analisis SERVQUAL digunakan untuk

mengukur jarak antara persepsi dan harapan pelanggan, serta untuk menentukan aspek layanan yang perlu ditingkatkan melalui plotting pada diagram Kartesius. Skala Likert dengan lima tingkat penilaian digunakan untuk mengukur pentingnya atribut layanan dan kepuasan pelanggan. Berikut adalah variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Variabel Operasional

No Butir	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Tangibles</i>	Tempat parkir yang luas dan aman	Skala Likert
2		Tempat yang bersih dan terawat	
3		Tempat yang nyaman dan memiliki desain menarik	
4		Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, mushola, <i>live music</i> , <i>wifi</i> , stop kontak)	
5		Ketersediaan makanan dan minuman yang sesuai dengan menu	
6		Pekerja berpakaian bersih, rapi, dan sopan	
7	<i>Reliability</i>	Tepat waktu dalam opening dan closing sesuai jam operasional	
8		Harga yang ditawarkan cukup terjangkau	
9		Kesesuaian menu yang disajikan dengan pesanan	
10		Kesesuaian dan konsistensi cita rasa kopi yang disajikan	
11		Kemudahan pembayaran atau transaksi (cash / debit / e-wallet)	
12		Kemampuan memberikan cita rasa makanan dan minuman yang sesuai dengan menu	
13	<i>Responsiveness</i>	Kecepatan pelayanan dalam pemesanan dan pengantaran makanan/minuman	
14		Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan	
15		Ketanggapan pekerja saat menerima keluhan dari pelanggan	
16		Pekerja memberikan saran yang solutif atas masalah/keluhan pelanggan	
17		Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	
18		Pekerja menyampaikan informasi tentang promo, diskon dan pembayaran secara jelas	
19	<i>Assurance</i>	Makanan dan minuman yang disajikan bersih dan higienis	
20		Pembayaran yang tersedia terjamin aman dan cepat dilakukan	
21		Kesesuaian harga dalam kualitas makanan dan minuman	

Tabel 2. Variabel Operasional (Lanjutan)

No Butir	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
22		Keamanan dan kenyamanan saat beraktivitas di kedai kopi	

No Butir	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
23	Emphaty	Ketersediaan sarana untuk mendapatkan informasi dan penyampaian kritik / saran oleh pelanggan	
24		Pelayanan yang diberikan sudah sesuai SOP kedai kopi	
25		Pekerja menggunakan bahasa dan ucapan yang baik dan sopan	
26		Pekerja selalu memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen	
27		Pekerja memberikan senyum, sapa, salam dan bersikap ramah terhadap pelanggan	
28		Pekerja memberi kesempatan bertanya / berpendapat kepada pelanggan	
29		Pekerja tidak membedakan status maupun kedudukan konsumen selama memberikan pelayanan	
30		Kesediaan pekerja untuk meminta maaf bila terjadi kesalahan/keluhan	

Langkah berikutnya adalah *Quality Function Deployment* (QFD) untuk merancang rumah kualitas (*House of Quality*). Dalam QFD, langkah-langkahnya mencakup menghimpun pendapat/keluhan dari pelanggan, mengidentifikasi respons teknis dalam matriks hows, dan mengevaluasi bagaimana respons teknis memengaruhi kebutuhan pelanggan dalam relationship matrix. *Planning matrix* diisi berdasarkan hasil kuisioner untuk menghitung, *improvement ratio*, *raw weight*, dan normalisasi *raw weight*. Matriks teknis digunakan untuk menilai kontribusi dan prioritas setiap kebutuhan teknis dalam perencanaan perbaikan layanan. Analisis dan interpretasi hasil mencakup evaluasi kesenjangan antara kebutuhan pelanggan dan respon teknis perusahaan serta identifikasi prioritas perbaikan berdasarkan hasil rumah kualitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data utama dalam studi ini dikumpulkan dengan menggunakan metode survei SERVQUAL dari 130 konsumen Kopi Maning, terdiri dari 100 responden penelitian dan 30 responden uji instrumen, menggunakan platform Google Form dari tanggal 11 hingga 14 Mei 2024. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian pengukuran: kenyataan/persepsi, harapan/ekspektasi, dan kepentingan, dengan total 30 butir pernyataan sesuai tabel operasional yang telah disusun. Responden, yang dipilih melalui metode random sampling untuk memastikan representasi yang adil, diminta menilai pernyataan terkait pengalaman mereka menggunakan skala Likert. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam persepsi, harapan, dan tingkat kepentingan konsumen terhadap layanan dan produk Kopi Maning.

Karakteristik Responden

Setelah mengolah data dari kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan Kopi Maning di Bekasi, terdapat total 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Analisis karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan jumlah sebanyak 53 orang atau 53% dari total responden. Dari segi usia, responden terbanyak berada pada rentang usia 23 – 27 tahun, sebanyak 70 orang atau 70%. Ini menunjukkan bahwa Kopi Maning memiliki daya tarik yang kuat di kalangan dewasa muda. Dari segi pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA/SMK, dengan jumlah

mencapai 47 orang atau 47%. Hal ini menunjukkan bahwa Kopi Maning populer di kalangan individu yang memiliki pendidikan menengah. Selain itu, dilihat dari jenis pekerjaan, mayoritas responden adalah pegawai atau karyawan swasta, sebanyak 59 orang atau 59%. Mayoritas responden berprofesi sebagai pegawai swasta, sesuai dengan temuan Nurhidayah & Tridakusumah (2022) dan Chairawani et al. (2018), yang menunjukkan bahwa kedai kopi seperti Kopi Maning sering digunakan untuk pertemuan setelah sekolah atau bekerja serta untuk menghabiskan waktu luang karena suasana yang mendukung (Chusna, 2021). Informasi ini memberikan pemahaman mendalam tentang profil pelanggan dan mendukung segmentasi konsumen yang lebih tepat serta peningkatan kualitas layanan yang disediakan (Pratiwi & Rosyid, 2022).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas merupakan langkah krusial dalam penelitian untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan dan valid. Uji ini dilakukan sebelum penelitian dimulai untuk memastikan instrumen dapat mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat. Pada penelitian ini, validitas diuji terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan Kopi Maning, menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 25. Kriteria validitas yang digunakan adalah nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa instrumen dianggap valid jika nilai signifikansinya di bawah 0,05. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner Servqual memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, menegaskan validitasnya dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Setelah uji validitas, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi dan keterandalan instrumen. Reliabilitas berkaitan dengan seberapa jauh instrumen menghasilkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach's alpha, dengan standar bahwa nilai di atas 0,60 menunjukkan instrumen yang dapat dipercaya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	30

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuisisioner penelitian memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0,916, yang jauh melampaui nilai minimum 0,60, menegaskan bahwa instrumen ini sangat reliabel. Oleh karena itu, semua item instrumen penelitian menunjukkan tingkat konsistensi yang sangat baik dan dapat dipercaya dalam pengukuran dalam penelitian ini.

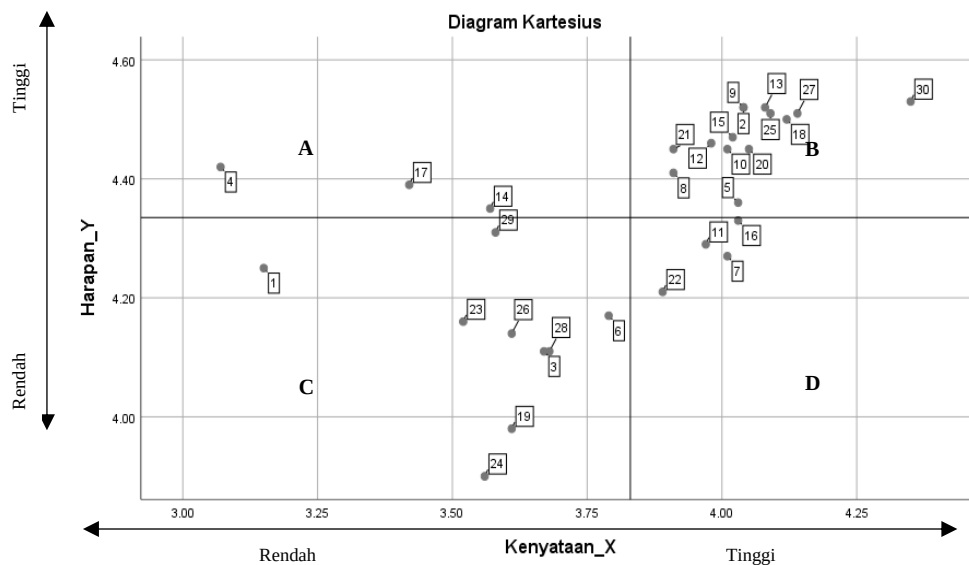
Analisis Kuesioner Servqual

Model Servqual mengukur kesenjangan (gap) antara persepsi/kenyataan (P) dan ekspektasi/harapan pelanggan terhadap faktor kualitas layanan tertentu. Untuk menentukan atribut-atribut yang memberikan kontribusi terbesar dan terkecil pada setiap dimensi, perhitungan dilakukan berdasarkan rata-rata harapan dan kinerja pelanggan serta kesenjangan untuk setiap atribut. Dalam diagram importance-performance (IPA), pengukuran faktor performansi dan kepentingan disatukan dalam sebuah diagram dua dimensi, di mana sumbu x mewakili tingkat performansi dan sumbu y mewakili tingkat kepentingan. Rata-rata skor untuk setiap butir pernyataan dimasukkan ke dalam diagram kartesius sehingga dapat diketahui variabel mana yang termasuk dalam Kuadran A (Prioritas Utama), Kuadran B (Pertahankan Prestasi), Kuadran C (Prioritas Rendah), dan Kuadran D (Berlebihan).

Tabel 4. Nilai Gap Servqual

No	Variabel	Rata-Rata		Gap
		Kenyataan	Harapan	
1	Tangibles	3,63	4,31	-0,68
2	Reliability	3,99	4,40	-0,41
3	Responsiveness	3,87	4,43	-0,55
4	Assurance	3,76	4,19	-0,44
5	Emphaty	3,91	4,35	-0,44

Berdasarkan data yang telah diolah, diketahui bahwa nilai kepuasan tertinggi ada pada aspek *Emphaty* sebesar 0,90. Aspek *Emphaty* menjadi atribut yang paling dipuasi pelanggan, terutama pada Indikator 30 yaitu “kesediaan pekerja untuk meminta maaf bila terjadi kesalahan atau keluhan” dengan nilai rata-rata terbesar dari semua atribut yaitu 4,35. Di sisi lain, nilai kepuasan terendah ada pada aspek Tangibles sebesar 3,15, lebih tepatnya pada Indikator 1 yaitu “tempat parkir yang luas dan aman” yang memiliki nilai kepuasan terendah yaitu 3,15. Namun, berdasarkan analisis Gap, semua aspek kualitas layanan perlu diperbaiki dan ditingkatkan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Gap yang semuanya negatif.

**Gambar 2.** Diagram Kartesius IPA

Selain itu, dengan menggunakan Diagram Kartesius, indikator-indikator kualitas pelayanan dapat diklasifikasikan menjadi empat kuadran yaitu kuadran A (Prioritas Utama), kuadran B (Pertahankan Prestasi), kuadran C (Prioritas Rendah) dan kuadran D (berlebihan). Berdasarkan analisis kuadran, atribut yang termasuk dalam Kuadran A yaitu: (1) Ketersediaan fasilitas penunjang; (2) Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan; (3) Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan yang menunjukkan bahwa semua aspek penting telah memenuhi harapan pelanggan hingga tingkat tertentu. Atribut-atribut dalam Kuadran B, seperti kebersihan tempat dan kesesuaian menu dan kinerja pelayan, menunjukkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan harus dipertahankan. Sementara itu, atribut dalam Kuadran C, seperti keamanan pelanggan dan menariknya desain tempat, perlu diperhatikan untuk peningkatan berkelanjutan. Terakhir, atribut dalam Kuadran D, seperti kemudahan pembayaran dan ketepatan jam operasional, meskipun dinilai baik, tidak memerlukan

prioritas perbaikan yang mendesak. Dengan demikian, Kopi Maning dapat memfokuskan upaya peningkatan pada atribut-atribut yang mendukung kepuasan pelanggan secara optimal, sambil menjaga kinerja yang sudah baik di berbagai aspek pelayanan.

Penelitian dengan metode Servqual mengungkapkan nilai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kopi Maning. Aspek Emphaty menunjukkan nilai yang cukup tinggi, menandakan bahwa pelanggan merasa puas dengan perhatian yang diberikan. Temuan ini mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa respons empatik secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Palupi et al., 2018). Namun, metode Servqual juga menemukan bahwa aspek Tangibles memiliki tingkat kepuasan terendah. Dengan memahami tingkat kepuasan konsumen, Kopi Maning dapat meningkatkan kinerja pada aspek-aspek produk yang masih kurang memuaskan menurut konsumen (Hayati et al., 2023), terutama pada indikator-indikator dengan nilai kesenjangan rendah.

Analisis Perbaikan dengan QFD

Dari hasil pengolahan menggunakan metode SERVQUAL dan IPA, ditemukan tiga atribut yang dijadikan sebagai voice of customer untuk room 1 dalam HOQ. Dengan menggunakan IPA, atribut-atribut ini dipilih berdasarkan nilai gap 5 dan dianalisis lebih lanjut, menempatkannya dalam kuadran A yang menunjukkan tingkat kepentingan dan performa yang tinggi. Penggunaan HOQ dengan memasukkan tiga atribut ini bertujuan untuk memastikan bahwa suara pelanggan terintegrasi secara efektif dalam proses perbaikan dan pengembangan kualitas layanan. Langkah berikutnya dalam perancangan House of Quality (HOQ) adalah penyusunan matriks perencanaan, yang berfungsi untuk menilai kebutuhan pelanggan dan menetapkan tujuan kinerja kepuasan. Komponen perhitungan dalam *planning matrix*, yaitu *importance to customer*, *customer satisfaction performance*, *goal*, *improvement ratio*, *sales point*, *raw weight*, dan *normalized raw weight*. Improvement Ratio adalah indikator usaha yang diperlukan untuk memodifikasi tingkat persepsi saat ini dari pelanggan terhadap atribut-atribut kebutuhan mereka, guna mencapai tujuan yang diinginkan. *Raw weight* adalah nilai yang mencerminkan tingkat keseluruhan kepentingan dari setiap kebutuhan pelanggan, berdasarkan tingkat kepentingan bagi pelanggan dan *improvement ratio*. Sedangkan *normalized raw weight* memiliki rumus sebagai berikut:

$$\text{Normalized Raw weight} = \frac{\text{raw weight}}{\sum \text{raw weight}} \times 100\% \quad (1)$$

Berdasarkan hal tersebut maka *planning matrix* ketiga atribut kuadran A adalah:

Tabel 5. Planning Matrix

No	Indikator	Importance to Customer	Customer Satisfaction Performance	Improvement Ratio	Raw Weight	Normalized Raw Weight
		IC	CSP	IR	RW	NRW
4	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, mushola, live music, wifi, stop kontak)	3,07	4,42	1,43	4,42	33,58
14	Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan	3,57	4,35	1,22	4,35	33,05
17	Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	3,42	4,39	1,28	4,39	33,36

Setelah mengidentifikasi voice of customer, technical response adalah hasil dari sesi diskusi dengan pihak Kopi Maning yang mencakup berbagai respons teknis yang relevan. Respon teknis ini dirancang untuk mengembangkan spesifikasi yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan pelanggan yang tercermin dalam voice of customer. Respon teknis mencakup berbagai aspek, mulai dari peningkatan kualitas layanan hingga perbaikan proses untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Detail respon teknis ini dapat dilihat pada tabel di bawah, yang berisi langkah-langkah teknis yang akan diambil untuk memastikan setiap atribut penting bagi pelanggan diakomodasi dengan baik dalam perbaikan dan pengembangan layanan Kopi Maning.

Tabel 6. Technical Response

Butir No	Voice of Customer	Technical Response
4	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, mushola, <i>live music</i> , wifi, stop kontak)	Perawatan fungsi dan kebersihan fasilitas secara rutin
		Pelengkapan fasilitas penunjang dan hiburan pelanggan
14	Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan	Pelatihan rutin dan program pengembangan <u>soft skills</u> maupun <u>hard skills</u>
		Penerapan sistem monitoring dan evaluasi berkala
17	Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	Pelatihan penjualan untuk pelayan
		Penerapan sistem intensif berbasis kinerja bagi pelayan

Setelah rumah kualitas terbentuk, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan menginterpretasi hasil. Pertama, analisis hasil perhitungan kesenjangan dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi perbedaan antara keinginan pelanggan (voice of customer) dan pemenuhan oleh perusahaan. Selanjutnya, interpretasi hasil dari enam komponen rumah kualitas mencakup evaluasi hubungan antara kebutuhan pelanggan dan respon teknis, penilaian efektivitas perencanaan berdasarkan planning matrix, dan identifikasi prioritas perbaikan berdasarkan technical matrix. Analisis dan interpretasi ini membantu perusahaan memahami area yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan atau produk. Tiga tipe hubungan digunakan yaitu: © (kuat, nilai 9), ○ (sedang, nilai 3), △ (lemah, nilai 1).

Atribut	++ + + ++ + ++ ++						
	Importance	Perawatan fungsi dan kebersihan fasilitas secara rutin	Pelengkapan fasilitas penunjang dan hiburan pelanggan	Pelatihan rutin dan program pengembangan soft skills maupun hard skills	Penerapan sistem monitoring dan evaluasi berkala	Pelatihan penjualan untuk pelayan	Penerapan sistem intensif berbasis kinerja bagi pelayan
	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, mushola, live music, wifi, stop kontak)	1	9	9	3		1
	Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan	2		9	3		1
	Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	3		9	1	9	9

Gambar 3. House of Quality

Prioritas perbaikan (tingkat kepentingan) dihitung dari nilai terkecil contribution yang dihasilkan. Adapun, nilai contribution adalah perkalian antara normalized raw weight dengan bobot hubungan pada HOQ. Dengan demikian, kita dapat menentukan respon teknis mana yang memberikan kontribusi terbesar terhadap peningkatan kualitas secara keseluruhan dan menetapkan prioritas implementasi yang tepat. Hal ini memungkinkan fokus yang lebih efektif pada aspek-aspek yang memberikan dampak signifikan. Berikut adalah tabel prioritas atribut perbaikan Kopi Maning.

Tabel 4.7 Prioritas Perbaikan Atribut

Butir No	Voice of Customer	Technical Response	Prioritas
4	Ketersediaan fasilitas penunjang (toilet, wastafel, mushola, live music, wifi, stop kontak)	Perawatan fungsi dan kebersihan fasilitas secara rutin	3
		Pelengkapan fasilitas penunjang dan hiburan pelanggan	4
14	Pekerja memiliki kesabaran dan ketenangan dalam melayani pelanggan	Pelatihan rutin dan program pengembangan soft skills maupun hard skills	6
		Penerapan sistem monitoring dan evaluasi berkala	1

Tabel 4.7 Prioritas Perbaikan Atribut (Lanjutan)

Butir No	Voice of Customer	Technical Response	Prioritas
17		Pelatihan penjualan untuk pelayan	2

Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	Penerapan sistem intensif berbasis kinerja bagi pelayan	5
--	---	---

Nilai prioritas tertinggi untuk technical responses di Kopi Maning adalah "penerapan sistem monitoring dan evaluasi berkala." Indikator ini menjadi respon teknis yang sangat penting karena mempengaruhi tiga atribut kuadran A yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa monitoring dan evaluasi berkala terhadap karyawan sangat penting untuk memastikan karyawan dapat memberikan pelayanan prima dan komunikasi yang tepat dalam berbagai situasi (Sari & Halimatushadiah, 2023). Evaluasi berkala juga penting untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, yang merupakan salah satu faktor kunci dalam kepuasan pelanggan (Nafi'a, 2021). Penelitian lain mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa evaluasi berkala terhadap kinerja atau kualitas pelayanan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Indrayani et al., 2022).

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada bab IV sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Kopi Maning Bekasi masih rendah. Hal ini tercermin dari adanya gap negatif pada semua indikator Servqual, dengan gap terbesar terdapat pada aspek tangible (bukti fisik). Pelanggan merasa bahwa bukti fisik pelayanan seperti fasilitas toilet, wastafel, mushola, live music, wifi, stop kontak, serta tempat parkir yang luas dan aman belum memenuhi harapan mereka sepenuhnya. Berdasarkan analisis QFD, beberapa atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan di Kopi Maning Bekasi antara lain ketersediaan fasilitas penunjang, pelayanan yang lebih sabar dan tenang dari pihak pekerja, serta inisiatif dalam menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, beberapa saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dapat diusulkan. Secara akademik, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkupnya dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti faktor eksternal (lokasi, aksesibilitas, kompetitor) dan faktor internal (budaya perusahaan, pelatihan karyawan, strategi pemasaran). Selain itu, penelitian dapat diperkaya dengan menggunakan metode analisis kualitatif seperti wawancara mendalam atau observasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan Kopi Maning Bekasi. Secara praktis, Kopi Maning Bekasi dapat memanfaatkan saran-saran ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai kesuksesan bisnis. Manajemen perlu mempertimbangkan untuk fokus pada perbaikan aspek-aspek kritis seperti kebersihan seluruh area kafe, penyediaan peralatan kebersihan yang lengkap, pelatihan staf, efisiensi sistem pemesanan, kecepatan dalam penyajian, komunikasi yang lebih baik, dan menunjukkan empati kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia Alfita Hannan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Halsean Coffee & Resto di Kota Cimahi, Indonesia. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(3). <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.221>

- Bulut, E., Duru, O., & Huang, S. T. (2018). A multidimensional QFD design for the service quality assessment of Kansai International Airport, Japan. *Total Quality Management and Business Excellence*, 29(1–2). <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1174058>
- Chairawani, T. R. S., Iskandarini, & Emalisa. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kedai Kopi Ulee Kareng di Kota Medan. *Journal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*, 9(10).
- Chandra, T. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).
- Gunther, D. (2000). Quality Function Deployment — How to Make QFD Work for You. *INSIGHT*, 3(2). <https://doi.org/10.1002/inst.20003255>
- Hatammimi, J., & Amelya, I. (2024). The Influence of Product Innovation Orientation on the Business Performance of the Coffee Shops in Bekasi City, Indonesia. *International Journal of Business and Applied Social Science*. <https://doi.org/10.33642/ijbass.v10n2p2>
- Hayati, N. Q., Sayekti, A. L., Sulistyaningrum, A., Waryat, Yusuf, Wiratno, A. T., Udiarto, B. K., & Puspitasari. (2023). Consumer Preferences of Vegetables and Fruits at Farmer’s Household Level on the Potential Development of Horticultural Technology Innovations in Central Kalimantan’s Food Estate (Case Study in Village of Belanti Siam, District of Pandih Batu, Regency of Pulang Pisau, Central Kalimantan). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1153(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1153/1/012031>
- Indrayani, I., Sholeha, N. A., Oktavia, B., & Amalia, I. S. (2022). Hubungan Antara Kinerja Kader Dengan Tingkat Kepuasan Pelayanan Posyandu Di Desa Susukan Kecamatan Cipicung Kabupaten Kuningan Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 13(02). <https://doi.org/10.34305/jikbh.v13i02.592>
- International Coffee Organization (ICO). (2023). Coffee Report and Outlook (CRO). *International Coffee Organization ICO, April*.
- Maulana, R. R., Cahyono, U. J., & Muqoffa, M. (2021). Spatial distribution in the emergence of coffee shops in Surakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 778(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/778/1/012031>
- Mustafa, P. S., & Winarno, M. E. (2018). Buku Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani (edisi 3, 2). *Multilateral Jurnal Pendidikan Jasmani Dan Olahraga*, 19(1).
- Nafi’a, Z. I. (2021). Faktor Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Makanan di Rumah Sakit: Literature Review. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo*, 7(2). <https://doi.org/10.29241/jmk.v7i2.634>
- Nurhidayah, K. E., & Tridakusumah, A. C. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Secara Online (Studi Kasus Kopi Aceng Garut). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2). <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7871>
- Nyoman, N., Wahyuni, S. I., Agung, A. A. P., Putu, N., & Abstrak, N. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ufo Elektronik Cokroaminoto Denpasar. *Values*, 1(1).
- Palupi, R., Kusumah, A. H. G., & Rosita, R. (2018). Analisis Komparasi Persepsi Atribut Kualitas Restoran Antara Pelanggan Yang Puas Dengan Pelanggan Yang Kurang Puas Di Restoran Jepang All You Can Eat. *Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation*, 1(2). <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13764>
- Pratiwi, L. F. L., & Rosyid, A. H. Al. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dan Strategi Pengembangan Atribut Produk Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.27>
- Priansa, D. J. (2020). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta CV.
- Robyardi, E. (2013). Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 10(1).
- Santos, I., & Madiistriyanto, H. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.
- Sari, D., & Halimatushadiyah, H. (2023). Pelatihan Komunikasi Dalam Memberikan Pelayanan Prima Bagi Pelanggan di Acclamare Coffee Sentul. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.30998/ks.v2i1.1941>
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Erlangga.