

## Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Quality Function Deployment* pada Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang

Muhammad Anassalam<sup>1</sup>, Handy Nur Cahya<sup>2✉</sup>

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang

### Article Information

#### Article history:

Accepted: April 2023

Approved: May 2023

Published: June 2023

#### Keywords:

coffee shops  
quality function deployment  
house of quality  
service quality  
customer needs

### Abstract

*This study aims to identify the attributes of customer satisfaction needed by consumers at the Dreeps Coffee Semarang coffee shop, determine the priority level of consumer needs at the Dreeps Coffee Semarang coffee shop, determine technical actions or responses to meet consumer needs at the Dreeps Coffee Semarang coffee shop and determine priority actions that can be taken at Dreeps Coffee Semarang coffee shop in meeting consumer needs. The research sample used the consumers of the Dreeps Coffee Semarang coffee shop, which was determined as many as 100 respondents with a purposive sampling technique because not all samples had standards that matched the phenomenon under study. The data analysis method used in this study is a qualitative method using primary data sources using the Quality Function Deployment (QFD) method at the Dreeps Coffee Semarang coffee shop. The test results obtained by applying the Quality Function Deployment (QFD) method which uses a matrix from the House of Quality (HoQ) or the House of Quality shows several components from the House of Quality that can be used in answering research questions, the components are the Left Room containing consumer needs, the Right Room prioritizes consumer needs, the Upper Room shows the company's Technical Response, and so on. At the Dreeps Coffee Semarang Coffee Shop, conclusions were obtained regarding the responsiveness variable to determine priority interests, then the company's Technical Response to priority interests which could be used as priority actions and Roof Space for the Relationship Matrix between Technical Responses.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut kepuasan pelanggan yang dibutuhkan konsumen Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang, menentukan tingkat prioritas kebutuhan konsumen pada Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang, menentukan tindakan atau respon teknis untuk memenuhi kebutuhan konsumen Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang serta menentukan tindakan prioritas yang dapat dilakukan Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sampel penelitian menggunakan konsumen Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan teknik purposive sampling karena tidak semua sampel memiliki standar yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dengan metode Quality Function Deployment (QFD) di Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang. Hasil pengujian diperoleh hasil penerapan dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD) yang menggunakan matriks dari House of Quality (HoQ) atau Rumah Kualitas memperlihatkan beberapa komponen dari House of Quality yang dapat digunakan dalam menjawab dari pertanyaan penelitian, komponennya adalah Ruang Kiri berisi kebutuhan konsumen, Ruang Kanan memprioritaskan kebutuhan konsumen, Ruang Atas memperlihatkan Respon Teknis perusahaan. Pada Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang, diperoleh kesimpulan mengenai variabel daya tanggap untuk menentukan prioritas kepentingan, kemudian Respon Teknis perusahaan terhadap prioritas kepentingan yang dapat dijadikan sebagai prioritas tindakan dan Ruang Atap untuk Matriks Hubungan antar Respon Teknis.

How to Cite: Anassalam, M., & Cahya, H. (2023). Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Quality Function Deployment pada Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2). Retrieved from <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEKOB/article/view/9107>

✉ correspondence address:

Muhammad Anassalam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
Jalan Imam Bonjol, PendrikanKidul, Semarang  
Email: handy.nur@dsn.dinus.ac.id

ISSN

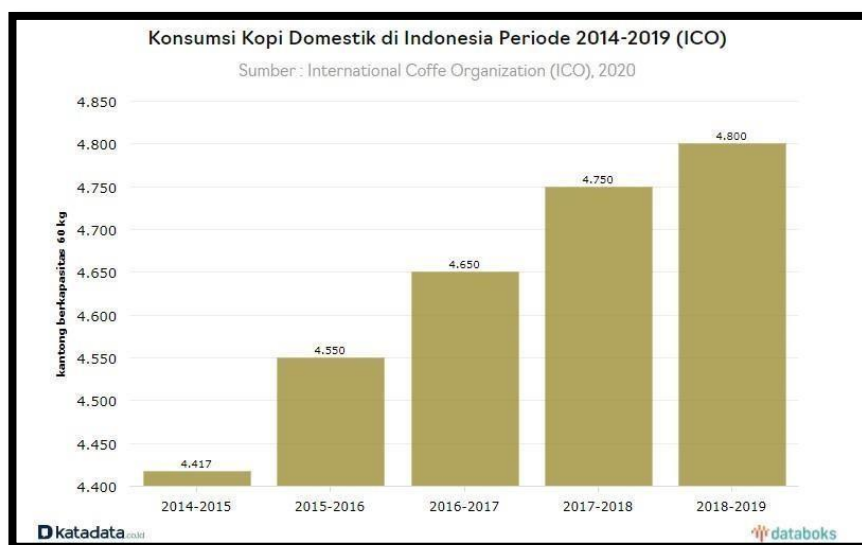
2964-8866 (Online)



## PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis kuliner yang pesat di Indonesia dalam berbagai sektor, salah satunya di sektor kedai kopi yang makin menjamur. Maraknya kedai kopi bermunculan menyebabkan persaingan semakin sengit, menyebabkan banyak kedai kopi yang menutup tirai dikarenakan tidak dapat bersaing dengan kedai kopi yang biasanya memiliki karakter unik dan terkini. Se jauh ini *cafe* yang baru bermunculan terus melakukan inovasi yang disukai konsumen untuk memperoleh kepuasan konsumen dalam hal menu makanan, pelayanan, suasana *cafe*, dsb. Kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan bisnisnya karena dapat memberikan dampak yang positif (Sinawati & Praseptian, 2019).

Minuman kopi mengandung banyak kafein, Kafein merupakan stimulan tingkat sedang (*mild stimulant*) yang seringkali diduga sebagai penyebab kecanduan (Aprilia et al., 2018). Minum kopi juga bisa membuat tubuh tetap terjaga dan menambah energi.



Gambar 1. Konsumsi Kopi Domestik

Berdasarkan data pada Gambar 1. Konsumsi Kopi Domestik menunjukkan peningkatan konsumsi kopi domestik dari tahun 2014-2019. Data International Coffee Organization (ICO) ditulis oleh (Cindy Mutia Annur 2020) menunjukkan tren konsumsi kopi domestik di Indonesia semakin meningkat berlangsung lima tahun ini. Pada periode 2018-2019, keseluruhan yang mengkonsumsi kopi domestik mencapai 4.800 karung memiliki daya muat sebanyak 60 kilogram (kg). Sedangkan, pada periode 2014-2015 keseluruhan yang mengkonsumsi kopi domestik hanya 4.417 karung. Selanjutnya, pada rentang waktu tahun berikutnya sudah mencapai 4.550 karung.

Kedai kopi Dreeps Coffee merupakan tempat dilakukannya penelitian oleh peneliti. Kedai kopi Dreeps Coffee terletak di Semarang yang beralamat Jl. Tirta Agung No.19, Pedalangan, Kec. Tembalang, Kota Semarang. Kafe ini menawarkan kita sebuah kopi yang berbentuk Japanese Cold Drip Coffee. Japanese Cold Drip merupakan teknik pembuatan kopi dengan proses pembuatan selama 8-12 jam hingga hasil kopi menjadi lebih *smooth*. Keberadaan kedai kopi saat ini sedang menjadi tren (Maulana, 2017).

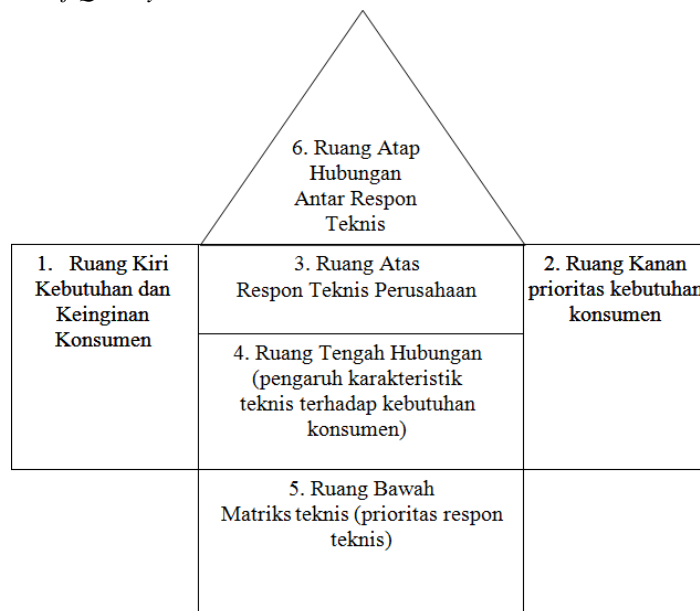
Salah satu metode yang dapat digunakan oleh Kedai kopi Dreeps Coffee dalam memenuhi keinginan pelanggan adalah *Quality Function Deployment* (QFD). Kepuasan pelanggan terhadap pemenuhan kebutuhannya dapat diketahui dengan menggunakan daftar terstruktur yang dilakukan melalui penelitian pasar seperti kuesioner dan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD dapat didefinisikan sebagai analisis terhadap produk dan proses secara sistematis yang bertujuan agar kemampuan produk dan jasa memenuhi karakteristik penting sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan (Jauhari & Lubis, 2020).

Penelitian yang sudah ada sebagai pendukung untuk melakukan penelitian selanjutnya dan menggunakannya sebagai acuan untuk melakukan penelitian. Terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan QFD untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan (Hendra et al., 2022) menemukan bahwa respon teknis dengan bobot tertinggi adalah melakukan pelatihan. Fokus utama dalam respon teknis yang direkomendasikan berupa perbaikan terhadap tenaga kerja dengan mengikut sertakan pelatihan tenaga kerja dan penyusunan standar pelayanan. Maka berdasarkan alasan tersebut, perlu sekali upaya perbaikan dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini akan dijadikan acuan perusahaan guna memperbaiki kinerja yang lebih baik lagi.

Berdasarkan penjabaran latar belakang, penelitian ini dilakukan untuk dapat memperoleh hasil mengenai hal berikut: Apa saja atribut kebutuhan konsumen atas kepuasan pelanggan di Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang?; Bagaimana tingkat prioritas kebutuhan konsumen pada Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang?; Bagaimana kebutuhan konsumen yang dapat dipenuhi oleh Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang?; Bagaimana prioritas kebutuhan yang dilakukan Kedai kopi Dreeps Coffee Semarang untuk memenuhi kebutuhan konsumen?

**METODE**

Metode Penelitian ini menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD). QFD mengacu pada apa yang dibutuhkan pelanggan dan menerapkan hal tersebut. Metode QFD juga dapat didefinisikan sebagai metode yang menggunakan pendekatan sistematis dengan cara menentukan permintaan pelanggan kemudian mengartikan permintaan tersebut secara tepat kedalam perencanaan produksi (Wijaya, 2018). Menurut (Hermanto & Wiratmani, 2019), ada empat langkah utama dalam membangun *Quality Function Deployment* (QFD). *House of Quality* (HoQ) atau rumah kualitas adalah salah satu alat *Quality Function Deployment* (QFD) yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan antara apa yang diinginkan pelanggan terhadap produk atau jasa (Heizer & Render, 2015). *House of Quality* (HoQ) digunakan untuk menghubungkan antara apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana perusahaan memenuhi keinginan tersebut. Berikut merupakan bentuk dan keterangan matriks *House of Quality*.



Gambar 2. Matriks House of Quality

Sampel yang dipilih dalam penelitian ini merupakan konsumen Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang dengan kriteria tertentu, yaitu: Responden minimal berkunjung satu kali, Konsumen yang berumur 17 tahun, Kuesioner akan disebar secara langsung kepada pelanggan.

Guna hasil penelitian yang akurat dan terkini para konsumen sebagai tahap awal dalam *Quality Function Deployment*. Didapati hasil pra survei kepada konsumen Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang,

diperoleh 10 atribut konsumen yang akan digunakan sebagai dasar membuat pertanyaan dalam kuesioner. Atribut tersebut dikelompokkan sesuai dengan lima dimensi kualitas jasa. Variabel serta atribut tersaji dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kebutuhan Konsumen, Variabel dan Atribut

KEBUTUHAN KONSUMEN	Dimensi	Variabel	Atribut
	Reliability	Kualitas	Menu yang ditawarkan
		Kenyamanan	Kebersihan mebel dan penambahan juru parkir
	Responsiveness	Ketanggapan	Pegawai pandai <i>multitasking</i>
		Kecepatan	Penambahan pegawai
	Assurance	Cita rasa	Menerapkan SOP
		Sikap	Sopan santun pegawai
	Empathy	Kesungguhan	Fokus melayani
		Perhatian	Pegawai paham persoalan konsumen
	Tangibles	Fasilitas	Kelengkapan fasilitas
Lokasi		Posisi kedai kopi	

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Hasil atribut konsumen yang diperoleh mempresentasikan berbagai macam kebutuhan konsumen. Atribut kebutuhan konsumen yang menjadi butir pertanyaan dalam kuesioner. Sampel diambil dengan pendekatan *Purposive Sampling* dengan menentukan pertimbangan atau standar kriteria tertentu yang harus dipenuhi sesuai dengan sampel yang digunakan pada penelitian ini. Hasil yang diperoleh mempresentasikan berbagai macam kebutuhan konsumen. Atribut kebutuhan konsumen yang menjadi butir pertanyaan dalam kuesioner. Dari data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan metode *House of Quality* untuk memetakan kebutuhan konsumen (Ruang Kiri), prioritas kebutuhan konsumen (Ruang Kanan), respon teknis perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Ruang Atas), dan prioritas respon teknis (Ruang Bawah), hubungan antar respon teknis (Ruang Atap).

## HASIL DAN DISKUSI

Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data hasil kuesioner yang telah disebar mulai tanggal 12 Februari 2023 sampai 28 Maret 2023. kuesioner disebar secara acak di Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang. Data dalam penelitian ini juga berasal dari wawancara dengan pemilik sekaligus pengelola guna membahas respon teknis dan merumuskan prioritas tindakan yang didahulukan.

Didapatkan 100 responden yang telah mengisi kuesioner dan diketahui data demografi responden sebanyak 60 orang (60%) berjenis kelamin pria dan 40 orang (40%) berjenis kelamin wanita. Dominasi responden berusia 17-30 tahun sebesar 75 orang (75%), responden berusia 31-45 tahun sebanyak 21 orang (21%), sedangkan usia diatas 45 tahun sebanyak 4 orang (4%).

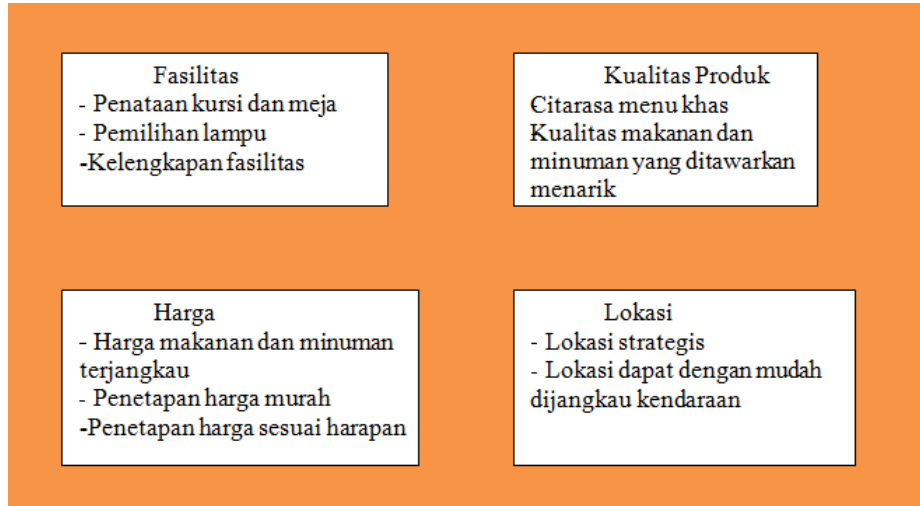
### Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

Analisis QFD yang digunakan adalah metode *House of Quality*, dimulai dengan menentukan kebutuhan konsumen di Ruang Kiri. Tahap kedua menentukan prioritas kebutuhan konsumen di Ruang Kanan. Kemudian mengisi respon teknis perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen di Ruang Atas, dan prioritas respon teknis di Ruang Bawah bersama pemilik Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang. Tahap terakhir mengisi hubungan antar respon teknis di Ruang Atap

### Ruang Kiri (Kebutuhan dan Keinginan Konsumen)

Wawancara *pra-survey* dengan konsumen menghasilkan informasi mengenai apa saja kebutuhan konsumen. Sebanyak 12 atribut yang terkumpul dari wawancara *pra-survey* tersebut adalah membuat pesanan lainnya, menggunakan gelas kaca, penambahan pisau, pemberian atap, penambahan kursi, pemberian promo,

pemberian harga terjangkau, kursi menghadap pemandangan, penambahan lampu & ruang *indoor*, menggunakan *e-money*, menyiapkan uang receh. Atribut tersebut dibagi menjadi enam variabel yang berbeda dengan cara membuat diagram pohon untuk memudahkan penilaian terhadap atribut kualitas pelayanan. Kebutuhan konsumen tersebut disajikan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Kebutuhan Konsumen  
Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Kemudian mengelompokkan berbagai hal berdasarkan kesamaan karakteristik antar objek. Hasil pengelompokan kemudian menjadi 5 variabel yang masing-masing terbagi menjadi dan 2 indikator. Variabel dan indikator tersebut disajikan kedalam Tabel 2.

Tabel 2. Kebutuhan Konsumen, Dimensi, Variabel dan Atribut

KEBUTUHAN KONSUMEN	Dimensi	Variabel	Atribut
	<i>Reliability</i>	Kualitas	Menu yang ditawarkan
		Kenyamanan	Kebersihan mebel dan penambahan juru parkir
	<i>Responsiveness</i>	Ketanggapan	Pegawai pandai <i>multitasking</i>
		Kecepatan	Penambahan pegawai
	<i>Assurance</i>	Cita rasa	Menerapkan SOP
		Sikap	Sopan santun pegawai
	<i>Empathy</i>	Kesungguhan	Fokus melayani
		Perhatian	Pegawai paham persoalan konsumen
	<i>Tangibles</i>	Fasilitas	Kelengkapan fasilitas
Lokasi		Posisi kedai kopi	

Sumber: Data primer yang diperoleh (2023)

#### Ruang Kanan (Prioritas Kebutuhan Konsumen)

Prioritas kebutuhan konsumen yang diperoleh dengan dilakukannya menghitung rata-rata antara hasil dan jumlah nilai dalam kolom “tingkat kepentingan per atribut” dalam sebuah variabel dibagi “jumlah butir atribut” yang terdapat dalam variabel dan disajikan dalam tabel 3

Tabel 3. Kebutuhan Konsumen per Atribut

Variabel	Atribut	Kepentingan per atribut	Prioritas Kepentingan per atribut	Kepentingan per variabel	Prioritas Kepentingan per variabel
<i>Reliability</i>	Q1	4.08	4	4.10	2
	Q2	4.12	1		
<i>Responsiveness</i>	Q3	4.05	6	4.06	3
	Q4	4.07	5		
<i>Assurance</i>	Q5	4.12	1	4.11	1
	Q6	4.09	3		
<i>Emphaty</i>	Q7	4.10	2	4.03	4
	Q8	3.96	7		
<i>Tangibles</i>	Q9	4.09	3	4.02	5
	Q10	3.96	7		

Sumber: Data primer yang diperoleh (2023)

#### Ruang Atas (Identifikasi Respon Teknis)

Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik pemilik Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang sehingga didapatkan informasi mengenai kegiatan operasional perusahaan. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 Maret 2023 dengan cara berdiskusi perihal bagaimana memenuhi masing-masing atribut pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Hasil diskusi dan wawancara dijadikan alat dalam menentukan Respon Teknis oleh perusahaan yang tertera dalam Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Respon Teknis Perusahaan

Faktor Teknis	Respon Teknis
1.Fasilitas	Kedai kopi berusaha sepraktis mungkin dalam penataan kursi dan meja
	Pemilihan lampu penerangan yang berbentuk <i>indirect lighting</i> atau pencahayaan tidak langsung untuk kedai kopi
	Kelengkapan alat makan kafe
2.Kualitas Produk	Produk memiliki cita rasa menu yang khas dan Konsisten
	Kualitas makanan dan minuman yang Ditawarkan
3.Lokasi	Lokasi kedai kopi strategis dari jalan utama
	Lokasi kedai kopi dapat dijangkau oleh kendaraan roda empat
4.Harga	Harga makanan dan minuman terjangkau oleh semua kalangan
	Harga menu murah (Rp.15.000 - Rp.25.000)
	Harga makanan dan minuman sesuai harapan Konsumen

Sumber: Data primer yang diperoleh (2023)

#### Ruang Tengah (Hubungan : pengaruh karakteristik teknis terhadap kebutuhan konsumen)

*L-Shaped Matrix Diagram* dipakai pada matriks hubungan keterkaitan antara kebutuhan konsumen & Respon Teknis. Pada penggunaan *L-Shaped Matrix* dengan simbol sebagai alat bantu memiliki tujuan dalam memudahkan pembobotan nilai hubungan. Bobot keterkaitan yang digunakan adalah dengan menggunakan simbol ● yang menunjukkan adanya keterkaitan kuat, dengan nilai bobot 9. Simbol O menunjukkan adanya keterkaitan sedang dengan nilai bobot 3. Serta, simbol Δ menunjukkan adanya keterkaitan lemah, berbobot 1. Keterkaitan kebutuhan konsumen dan respon teknis yang sudah terkumpulkan dan telah terverifikasi oleh pemilik usaha untuk kemudian dikonsultasikan kepada pihak ahli untuk memperoleh validasi dari pihak yang

lebih ahli yaitu dosen pembimbing penelitian. Hasil akhir hubungan keterkaitan antara Respon Teknis dengan Kebutuhan Konsumen dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hubungan Keterkaitan antara Respon Teknis dengan Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan Konsumen		Respon Teknis		Fasilitas		Kualitas Produk		Lokasi		Harga		
		Variabel	Atribut	Penataan Kursi dan Meja yang praktis	Pemilihan Lampu <i>Indirectlighting</i>	Kelengkapan alat makan kafe	Cita Rasa Menu yang khas	Kualitas Makanan dan Minuman	Lokasi Strategis dari jalan utama	Lokasi dapat dijangkau mobil	Harga terjangkau gsemua kalangan	Harga Murah
Reliability	Kualitas							●				
	Kenyamanan			●					●			
Responsiveness	Ketanggapan									●	●	
	Kecepatan	○					○					○
Assurance	Cita Rasa				●	●						●
	Sikap									○		
Empathy	Kesungguhan											
	Perhatian		●					△		△		
Tangibles	Fasilitas	●	●	●							●	
	Lokasi							●	●			

Sumber: Data primer yang peroleh (2023)

Ruang Bawah (Prioritas Tindakan Perusahaan)

Penentuan prioritas dilakukan dengan menjumlahkan secara vertikal hasil dari penentuan hubungan dengan menggunakan simbol Matriks Hubungan antara atribut pelayanan kebutuhan pelanggan dengan respon teknis perusahaan. Semakin tinggi nilai bobot kepentingan pada respon teknis, maka semakin banyak atribut pelayanan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan. Adapun hasil dari Ruang Bawah sebagai berikut.

Tabel 6. Keterkaitan antara Respon Teknis dengan Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan Konsumen		Penata praktis	Pemilih	Keleng	Cita Ra	Kualita	Lokasi S	Lokasi	Harga	Harga	Harga
		Variabel	Atribut								
Reliability	Kualitas					●					
	Kenyamanan			●				●			
Responsiveness	Ketanggapan								●	●	
	Kecepatan	○				○					○
Assurance	Cita Rasa				●	●					●
	Sikap								○		
Empathy	Kesungguhan										
	Perhatian		●				△		△		
Tangibles	Fasilitas	●	●	●						●	
	Lokasi						●	●			
<b>Jumlah</b>		12	18	18	9	21	10	18	13	18	12
<b>Prioritas Respon Teknis</b>		4	2	2	6	1	5	2	3	2	4

Sumber: Data primer yang peroleh (2023)

Ruang Atas (Hubungan Antar Respon Teknis)

Penentuan untuk Respon Teknis saling berhubungan atau tidak, didasarkan pada kemampuan satu Respon Teknis dalam mendukung Respon Teknis lain pada saat diaplikasikan dalam kegiatan usaha. Kemudian hasil dari kererkaitan awal diverifikasi kepada pengelola usaha untuk menghasilkan keterkaitan yang lebih akurat. Semakin banyak yang berhubungan dengan Respon Teknis lain, maka hubungan dengan keterkaitannya akan semakin kuat. Jika salah satu Respon Teknis mendukung Respon Teknis lainnya

Tabel 7. Matriks Hubungan antar Respon Teknis

Fasilitas		Kualitas Produk		Lokasi		Harga			
Penataan kursi dan meja	Pemilihan lampu	Kelengkapan fasilitas operasional	Citarasa menu	Kualitas makanan dan minuman	Lokasi strategis	Lokasi dapat dijangkau mobil	Harga terjangkau	Harga murah	Harga sesuai harapan konsumen

Sumber: Data primer yang diperoleh (2023)

Diskusi

Ruang Kiri

Diketahui pada ruang kiri adapun kebutuhan konsumen yang meliputi 10 atribut yaitu Menu yang ditawarkan, Kebersihan mebel dan penambahan juru parkir, Pegawai *multitasking*, Menerapkan SOP, Sopan santun pegawai, Fokus melayani, Paham persoalan konsumen, Kelengkapan fasilitas, Posisi kedai kopi.

Dari temuan ini maka cukup banyak hal yang harus diperbaiki dan dilakukan oleh Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang dalam memuaskan konsumen.

Ruang Kanan

Hasil perhitungan pada Ruang Kanan menunjukkan urutan prioritas kebutuhan konsumen. Prioritas pertama ditempati oleh variabel Assurance (skor 4,11), prioritas kedua adalah variabel Reliability (skor 4,10), prioritas ketiga adalah ditempati variabel Responsiveness (skor 4,06), prioritas keempat adalah ditempati variabel Emphaty (skor 4,03), prioritas kelima ditempati oleh variabel Tangibles (skor 4,02).

Dari hasil tersebut diketahui tingkat prioritas pertama kebutuhan konsumen adalah cita rasa produk yang konstan. Konsumen sangat peka dan sangat memperhatikan atas inkonsisten cita rasa produk yang diakibatkan atas pegawai yang lalai dengan SOP. Didasari atas hal tersebut, dengan menerapkan SOP dengan baik akan mendapatkan kepuasan konsumen yang lebih dan berakibat positif terhadap kedai tersebut.

Ruang Atas

Diperoleh hasil respon teknis bagaimana upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Tahap ini diperoleh respon teknis berupa Kedai kopi berusaha sepraktis mungkin dalam penataan kursi dan meja; Pemilihan lampu penerangan yang berbentuk *indirect lighting* atau pencahayaan tidak



langsung untuk kedai kopi; Kelengkapan alat makan kafe; Produk memiliki cita rasa menu yang khas dan Konsisten; Kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan; Lokasi kedai kopi strategis dari jalan utama; Lokasi kedai kopi dapat dijangkau oleh kendaraan roda empat; Harga makanan dan minuman terjangkau oleh semua kalangan; Harga menu murah (Rp.15.000 - Rp.25.000); Harga makanan dan minuman sesuai harapan.

Dari 10 respon teknis tersebut, tentunya tidak dapat dilaksanakan bersama guna memenuhi kebutuhan konsumen dikarenakan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh kedai. Kedai perlu membuat prioritas dalam memperbaiki kinerja agar sesuai dengan keinginan konsumen.

#### Ruang Tengah

Respon Teknis di Ruang Atas yang memiliki berbagai hubungan keterkaitan dengan variabel yang ada di Ruang Kiri. Hubungan yang terbentuk beragam, antara lain hubungan yang bersifat kuat, sedang, maupun lemah. Dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. *Reliability*

Respon Teknis yang memiliki hubungan kuat dengan variabel *Reliability* di Ruang Kiri diantaranya adalah Kualitas Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang makanan dan minuman yang ditawarkan. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu adanya penambahan lampu dan perlu peningkatan kualitas makanan dan minuman di kafe; Keamanan dan kenyamanan konsumen Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang selama berada di kafe. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu adanya penambahan kelengkapan fasilitas operasional.

##### 2. *Responsiveness*

Respon Teknis yang memiliki hubungan kuat dengan variabel *Responsiveness* di Ruang Kiri diantaranya adalah Kecepatan dan ketanggapan pelayanan Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang dalam menanggapi konsumen. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu adanya penetapan harga yang terjangkau dan harga yang murah agar sebanding dengan layanan yang sudah baik di kafe.

##### 3. *Assurance*

Respon Teknis yang memiliki hubungan kuat dengan variabel *Assurance* di Ruang Kiri diantaranya adalah Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang memiliki cita rasa menu yang konsisten. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu evaluasi cita rasa menu yang mengutamakan menu kekinian, peningkatan kualitas makanan dan minuman yang ada di kafe dan diharapkan harga ditetapkan sesuai harapan konsumen.

##### 4. *Emphaty*

Respon Teknis yang memiliki hubungan kuat dengan variabel *Emphaty* di Ruang Kiri diantaranya adalah Pelayan Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang melayani konsumen dengan bersungguh-sungguh. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu evaluasi cita rasa menu yang selama ini disajikan

##### 5. *Tangibles*

Respon Teknis yang memiliki hubungan kuat dengan variabel *Tangibles* di Ruang Kiri diantaranya adalah Kelengkapan fasilitas operasional Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang. (Contoh : Blower, Kursi, Dll). Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu evaluasi penataan kursi dan meja, pemilihan lampu, kelengkapan fasilitas operasional dan penetapan harga yang murah; Posisi Kedai Kopi Dreeps Coffee Semarang strategis dari akses jalan utama. Berdasarkan wawancara oleh pemilik usaha bahwa perlu evaluasi atau bahkan menambah kedai kopi dengan mengutamakan lokasi kafe yang strategis dan dapat dijangkau oleh mobil.

#### Ruang Bawah

Pada Ruang Bawah respon teknis telah diurutkan menggunakan urutan prioritas. Adapun prioritas respon teknis perusahaan secara prioritas adalah: Kedai kopi berusaha sepraktis mungkin dalam penataan kursi dan meja (skor 12); Pemilihan lampu penerangan yang berbentuk *indirect lighting* atau pencahayaan tidak langsung untuk kedai kopi (skor 18); Kelengkapan alat makan kafe (skor 18); Produk memiliki cita rasa menu yang khas dan Konsisten (skor 9); Kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan (skor 21); Lokasi kedai kopi strategis dari jalan utama (skor 10); Lokasi kedai kopi dapat dijangkau oleh kendaraan roda empat (skor

18); Harga makanan dan minuman terjangkau oleh semua kalangan (skor 13); Harga menu murah (Rp.15.000 - Rp.25.000) (skor 18); Harga makanan dan minuman sesuai harapan (skor 12).

Dari urutan prioritas tersebut dapat diketahui perusahaan bisa melakukan respon teknis dengan skor tertinggi, dibandingkan dengan respon teknis lain yang ada.

**Ruang Atap**

Semakin banyak yang berhubungan dengan Respon Teknis lain, maka hubungan dengan keterkaitannya akan semakin kuat. Jika salah satu Respon Teknis mendukung Respon Teknis lainnya, bahwa Respon Teknis tersebut akan saling memiliki hubungan yang positif atau saling menguatkan, dan ditandai dengan “+” pada matriks hubungan. Pada Respon Teknis Kedai kopi Dreeps Coffee memiliki menu makanan yang lengkap, pelanggan mungkin mengharapkan meja yang cukup luas untuk menikmati hidangan mereka dengan nyaman. Hal ini memiliki arti bahwa dengan adanya menu makanan yang lengkap maka pelanggan mampu menikmati hidangan mereka dengan nyaman. Respon teknis lainnya yaitu pemilihan lampu yang tepat dapat membantu menciptakan suasana yang sesuai dengan konsep dan tema Kedai kopi Dreeps Coffee. Pemilihan lampu yang hangat dapat menciptakan atmosfer yang nyaman, sementara lampu yang terang dan terfokus dapat cocok untuk ruang kerja atau studi. Suasana yang dihasilkan oleh pemilihan lampu dapat mempengaruhi *mood* pelanggan dan meningkatkan kesan umum tentang kualitas makanan dan fasilitas.

Setelah selesai tersusun semua, dapat dilihat pemetaan permasalahan, cara menyelesaikan, dan juga prioritas secara lengkap pada gambar *House of Quality* utuh berikut:

Tabel 8. House of Quality (HoQ)/Rumah Kualitas Secara Utuh

Kebutuhan Konsumen		Respon Teknis		Fasilitas		Kualitas Produk		Lokasi		Harga		Tingkat Kepentingan per Variabel	Tingkat Kepentingan per Atribut
		Penataan Kursi dan Meja yang praktis	Pemilihan Lampu <i>Indirect lighting</i>	Kelengkapan alat makan kafe	Cita Rasa Menu yang khas	Kualitas Makanan dan Minuman	Lokasi Strategis dari jalan utama	Lokasi dapat dijangkau mobil	Harga terjangkau semua kalangan	Harga Murah	Harga sesuai harapan konsumen		
Reliability	Kualitas											4.10	2
	Kenyamanan			●									
Responsiveness	Ketanggapan											4.06	3
	Kecepatan	○				○							
Assurance	Cita Rasa				●	●						4.11	1
	Sikap								○				
Empathy	Kesungguhan											4.03	4
	Perhatian		●				△		△				
Tangibles	Fasilitas	●	●	●						●		4.02	5
	Lokasi						●	●					
<b>Jumlah</b>		12	18	18	9	21	10	18	13	18	12		
<b>Prioritas Respon Teknis</b>		4	2	2	6	1	5	2	3	2	4		

Sumber: data primer yang diolah, 2023

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat dijelaskan dari hasil penelitian antara lain Hasil penerapan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang menggunakan matriks dari *House of Quality* (HoQ) atau Rumah Kualitas memperlihatkan beberapa komponen dari *House of Quality* yang dapat digunakan dalam menjawab dari pertanyaan penelitian pada Bab I, komponennya adalah Ruang Kiri, Ruang Kanan, Ruang Tengah, Ruang Bawah dan Ruang Atap. Pada Kedai Kopi “Dreeps Coffee” Semarang, diperoleh kesimpulan mengenai variabel daya tanggap untuk menentukan prioritas kepentingan, kemudian Respon Teknis perusahaan terhadap prioritas kepentingan yang dapat dijadikan sebagai prioritas tindakan.

Ruang Kiri dari *House of Quality* memperlihatkan yaitu kebutuhan konsumen. Ruang Kiri digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian yang pertama Apa saja atribut kebutuhan konsumen atas kualitas layanan Kedai Kopi “Dreeps Coffee” Semarang. Kebutuhan konsumen atribut dalam variabel "pelayanan" adalah penambahan pegawai, membuat pesanan lainnya terdiri dari *assurance, reliability, responsiveness, empathy, dan tangibles*. Faktor Respon Teknis terdiri dari 4 variabel yaitu fasilitas, kualitas produk, lokasi dan harga.

Saran dari hasil penelitian antara lain: dapat menggunakan keseluruhan langkah tersebut dalam menyusun metode *Quality Function Deployment* (QFD) dengan menggunakan matriks *House of Quality* secara lengkap. Hal ini diharapkan hasil dari penelitian selanjutnya dapat lebih baik, lebih mendetail dan lebih mendalam.

## DAFTAR PURTAKA

- Aprilia, F. R., Ayuliansari, Y., Putri, T., Azis, M. Y., Camelina, W. D., & Putra, M. R. (2018). Analisis kandungan kafein dalam kopi tradisional gayo dan kopi lombok menggunakan HPLC dan spektrofotometri UV-Vis. *Jurnal Biotika*, 16(2), 38–39.
- Budiningsih, A. (2009). *Restoran 1B*. Yudhistira.
- Cahya, H. (2018). Optimalisasi Kualitas Produk Layanan Purna Jual Chevrolet Sumber Andalan Jogja dengan Pendekatan Qfd. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 91-100. doi:<https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2301>
- Cahya, H. N. (2016). *Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Menentukan Prioritas Peningkatan Mutu Produk Peternakan Ayam Studi Pada Peternakan Ayam Broiler Janu Putra Yogyakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Cahya, H., & Dila, Z. (2022). Penerapan Quality Function Deployment Untuk Meningkatkan E-Servequal (Implementation of Quality Function Deployment to Improve E-Servequal). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 29(1), 1-17. doi:10.35606/jabm.v29i1.1020
- Cahya, H. N., & Windasari, W. (2021). Quality Function Deployment Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT KAI Di Era Pandemi Covid19. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 18(2).
- Cohen. (1995). *Quality Fuction Deployment: How to Make QFD Work for You*. AddisonWesley Publishing Co.
- Fitri, M., & Cahya, H. (2023). Penerapan Quality Function Deployment untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan Restoran Cepat Saji Omah Gedhi Steak dan Penyet di Kota Kendal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 105-112. Retrieved from <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEKOBBS/article/view/8502>
- Ganantrya, P. D., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Ayam Goreng Rumah Makan Ayam Goreng Asli Prambanan Renon, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(1), 21. <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i01.p03>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, R. (2018). *Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) dan Value Engineering dalam Upaya untuk Memenuhi Keinginan Konsumen Terhadap Produk Karet Remah di PT XYZ*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

- Hairiyah, N., Kiptiah, M., & Fituwana, B. K. (2021). Penerapan Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Peningkatan Kinerja Industri Amplang Berdasarkan Kepuasan Pelanggan. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(4), 1099–1113. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i4.10744>
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Hendra, S., Wahono, A. M., Setiawan, I., Atikno, W., Purba, H. H., & Dito, S. B. (2022). Peningkatan kepuasan konsumen pada Industri restoran dengan metode Quality Function Deployment. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri-Produksi*, XXII(2), 111–120. <https://doi.org/10.350587/Matrik>.
- Jauhari, G., & Lubis, R. N. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Ayia 240 Ml Menggunakan Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Sains Dan Teknologi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknologi Industri*, 20(1), 29. <https://doi.org/10.36275/stsp.v20i1.227>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (4th ed.). Penerbit Andi.
- Maulana, B. (2017). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia, Brazil, Kolombia, Dan Vietnam. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Sari, F., & Cahya, H. (2022). Penggunaan Qfd Sebagai Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Wana Wisata Kedung Cinta. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 1-14. Retrieved from <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/6163>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Method for Business: a Skill Building Approach*. John Willey.
- Sinawati, S., & Praseptian, D. M. (2019). Penerapan Metode Quality Function Deployment Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Cafe “Galileo” Tarakan. *Jurnal Sebatik*, 23(1), 132–139. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i1.458>
- Soenarno, A. (2003). *Kamus Istilah Pariwisata & Perhotelan*. Angkasa.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Penerbit Alfabeta.
- Suradi, Syarifuddin, R., & Resa. (2021). No Title. *Journal Industrial Engineering and Management (JUST-ME)*, 2(2), 73–78.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi.
- Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa* (2nd ed.). Penerbit Indeks.