

Pengembangan Kualitas Layanan pada Kolam Renang Batang Tirtayasa Berdasarkan Prioritas Kebutuhan Konsumen (Pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD))

Salsabila Aulia Rizky¹, Handy Nur Cahya²✉

¹ Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Article Information

Article history:

Accepted: July 2023

Approved: August 2023

Published: September 2023

Keywords:

Swimming Pool,

Service Quality,

Quality Function Deployment,

House of Quality

Customer Needs

Abstract

The business world which is experiencing an increase has an impact on business managers in promoting their business ventures to support the businesses they have started so that they can compete with other business managers. One effort that managers can take is to improve the quality of existing facilities according to customer needs. One of the steps used to evaluate services based on customer needs is by applying the Quality Function Deployment method. The Quality Function Deployment method is used to determine customer needs and formulate how the company can determine priorities for fulfilling these needs based on the condition of the company's resources. The Quality Function Deployment method refers to what customers need and how the company meets those needs. Based on the results of research conducted at the Batang Tirtayasa Swimming Pool using the Quality Function Deployment method, results were obtained in the form of three service attributes that were prioritized for customer needs, namely friendly employees, cleanliness and clarity of pool water, good response from employees to visitors. These three attributes will be developed and improved based on the results of three of the thirteen technical responses. The technical response is improving and checking facilities every month, improving service and employee performance, renting life jackets and other equipment.

Dunia bisnis yang sedang mengalami peningkatan memberikan dampak bagi para pengelola bisnis dalam mempromosikan usaha bisnis mereka untuk menunjang usaha yang telah mereka rintis sehingga dapat bersaing dengan pengelola bisnis lainnya. Salah satu upaya yang dapat pengelola tempuh adalah dengan meningkatkan kualitas dari fasilitas yang ada sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Salah satu langkah yang digunakan untuk melakukan evaluasi pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan yaitu dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment*. Metode *Quality Function Deployment* digunakan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan beserta merumuskan bagaimana perusahaan dapat menentukan prioritas pemenuhan kebutuhan tersebut berdasarkan kondisi sumber daya perusahaan. Metode *Quality Function Deployment* mengacu pada apa yang dibutuhkan pelanggan dan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kolam Renang Batang Tirtayasa dengan menerapkan metode *Quality Function Deployment*, didapatkan hasil berupa tiga atribut pelayanan yang diidentifikasi sebagai prioritas kebutuhan pelanggan yaitu pegawai bersikap ramah, kebersihan dan kejernihan air kolam, respon baik pegawai kepada pengunjung. Ketiga atribut tersebut akan dilakukan pengembangan dan perbaikan berdasarkan hasil tiga dari tiga belas respon teknis. Respon teknis tersebut adalah pembenahan dan pengecekan fasilitas tiap bulan, meningkatkan pelayanan dan kinerja pegawai, penyewaan pelampung dan perlengkapan lainnya.

How to Cite: Rizky, S., & Cahya, H. (2023). Pengembangan Kualitas Layanan pada Kolam Renang Batang Tirtayasa Berdasarkan Prioritas Kebutuhan Konsumen (Pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD)). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 215-222. Retrieved from <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JEKOBS/article/view/9628>

✉ correspondence address:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
Jalan Imam Bonjol, Pendrikan Kidul, Semarang
E-mail: 211201905583@mhs.dinus.ac.id, handy.nur@dsn.dinus.ac.id

ISSN

2964-8866 (online)



PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor yang semakin membaik membuat para pelaku bisnis tidak ingin melewatkan hal baik tersebut (Bahia, 2023). Banyak macam pilihan bagi para pengelola bisnis untuk memulai usaha mereka sendiri, salah satunya adalah dengan mengelola bisnis kolam renang (Birgun, 2017). Hal ini dikarenakan kolam renang merupakan salah satu destinasi wisata populer bagi masyarakat yang sedang ingin meluangkan waktunya untuk berolahraga ringan berupa berenang baik sendiri, dengan teman, maupun dengan keluarga mereka (Rizal, 2017).

Kolam Renang Batang Tirtayasa merupakan salah satu usaha bisnis berupa penyewaan kolam renang yang berada di Kota Batang. Berdasarkan informasi dari pengelola, Kolam Renang Batang Tirtayasa ini telah berdiri selama 5 tahun sejak 2017, kolam renang yang berlokasi di Katibyan, Karangasem Selatan, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah ini terbilang masih dapat bersaing dengan kompetitor yang semakin meningkat pada bidang yang sama. Akan tetapi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan kembali oleh pengelola Kolam Renang Batang Tirtayasa mengingat makin ketatnya persaingan bisnis yang ada sehingga pengelola diharapkan lebih memahami apa saja kebutuhan para pelanggan mereka untuk meningkatkan kualitas dari bisnis yang pengelola jalani.

Salah satu upaya yang dapat pengelola tempuh adalah dengan meningkatkan kualitas dari pelayanan yang ada sesuai dengan apa yang pelanggan keluhkan dan inginkan (Bahia, 2023). Mendengarkan apa saja keluhan dari pelanggan mengenai fasilitas yang ada merupakan satu cara bagi pengelola Kolam Renang Batang Tirtayasa untuk meningkatkan kembali bisnis usaha yang ada sehingga dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kedudukan mereka.

Metode yang dapat diterapkan oleh pihak Kolam Renang Batang Tirtayasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung mereka adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Cahya, 2022; Fitri, 2023). QFD sendiri dapat berperan dalam membantu mengetahui apa saja yang pelanggan atau pengunjung butuhkan serta dapat mengetahui bagaimana caranya agar Kolam Renang Batang Tirtayasa dapat memenuhi kebutuhan pengunjung mereka. Sehingga, kepuasan pengunjung mereka akan terpenuhi dan Kolam Renang Batang Tirtayasa diharapkan semakin dapat bersaing dengan kompetitor dalam hal yang sama.

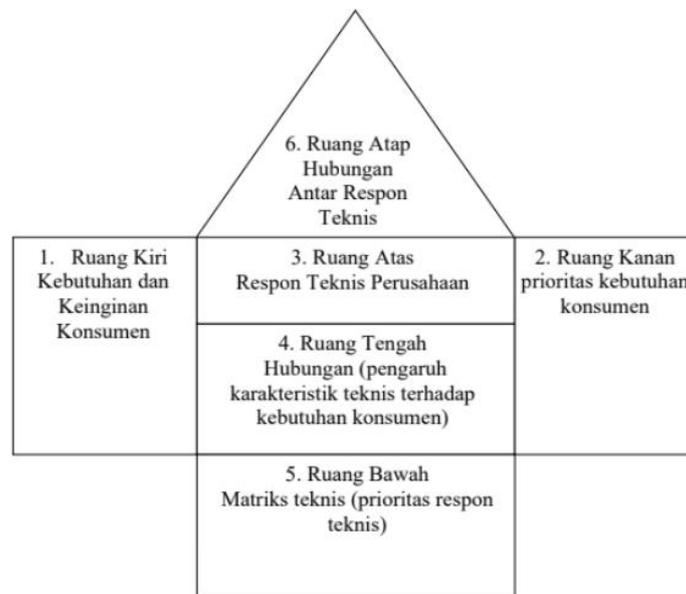
Tinjauan Pustaka

Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan salah satu metode yang biasa digunakan untuk mengetahui sekaligus memperbaiki apa saja kebutuhan konsumen dalam sebuah perusahaan terutama pada prioritas yang mereka inginkan (Govers, 1996). QFD dapat digunakan oleh perusahaan sebagai *Voice of Customer* dimana konsumen dapat berpartisipasi dalam upaya pengembangan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan dengan menyampaikan tentang kebutuhan serta keinginan mereka yang kemudian akan menjadi dasar bagi sebuah perusahaan untuk mengembangkannya menjadi lebih baik (Rosnani, (2016) dalam Kurniawan, (2021)).

Quality Function Deployment (QFD) memiliki beberapa tahapan dimana QFD sendiri merupakan satu proses dimana pengembangan dan perencanaan yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan telah melalui evaluasi secara sistematis dengan menggunakan metode yang terstruktur (Cohen, (1995) dalam Kurniawan, (2021)). Tahapan yang dimaksud adalah, Pengumpulan *Voice of Customer*, Penyusunan *House of Quality*, serta Analisa dan implementasi (Chan, 2002)

House of Quality (HoQ) memanfaatkan penggunaan matriks sebagai bagian dari proses tahapan analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dalam proses analisisnya. Dimana matriks ini berfungsi sebagai penghubung antara apa yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana pengelola atau perusahaan dapat mewujudkannya (Heizer dan Render, (2015) dalam Kurniawan, (2021)).



Gambar 1. *House of Quality* (HoQ)

Dalam proses pembuatan *House of Quality* (HoQ) terdapat tujuh langkah dasar yang harus diikuti menurut (Heizer dan Render, 2015) dalam Kurniawan (2021). Tahap pertama adalah mengenali pelanggan dengan mencari tahu apa yang diinginkan oleh konsumen atau pelanggan. Tahap kedua dengan mengenali bagaimana produk atau jasa tersebut dapat diterima dan dapat memuaskan keinginan pelanggan. Tahap ketiga menghubungkan antara keinginan pelanggan dengan bagaimana produk atau jasa akan dibuat demi memenuhi kebutuhan mereka. Tahap keempat adalah menghubungkan antara respon teknis. Pada tahap kelima digunakan untuk membangun tingkat kepentingan pada matriks yang telah dibuat. Tahap keenam adalah tahap untuk mengevaluasi produk atau jasa dari kompetitor berdasarkan data yang ada di pasar. Pada tahap terakhir yaitu tahap ketujuh menentukan atau menarik prioritas dari tingkat kepentingan.

Dale (2003) dalam Cahya, H.N. (2018), menyebutkan bahwa terdapat tiga instrumen penyusunan *House of Quality* (HoQ) yang diantaranya adalah Diagram Affinitas, Diagram Pohon, dan juga Diagram Matriks.

1. Diagram Affinitas

Diagram ini digunakan untuk mengumpulkan data-data besar dan acak menjadi beberapa kelompok yang lebih kecil dan memiliki karakteristik yang berdekatan.

Penyusunan Diagram Affinitas dimulai dengan menentukan tema yang akan diteliti, kemudian berdiskusi bersama pihak yang terkait, yang kemudian mengumpulkan data-data berupa hasil wawancara maupun diskusi yang telah terjadi. Setelah terkumpul, data-data yang ada akan dikelompokkan lagi menjadi kumpulan data-data yang lebih kecil dan memiliki kesamaan karakteristik di setiap data yang ada.

2. Diagram Pohon

Diagram Pohon umumnya digunakan untuk mengidentifikasi suatu masalah dan menentukan bagaimana menyelesaikan masalah tersebut. Diagram Pohon ini dapat membantu menemukan serta menyusun sebuah cara dengan efektif bagaimana masalah dapat dipecahkan sehingga dapat mencapai suatu tujuan tertentu.

3. Diagram Matriks

Diagram Matriks memiliki peran untuk memperjelas suatu hubungan antara satu hal dengan hal lainnya. Hubungan ini ditandai dengan adanya simbol – simbol pada *House of Quality* (HoQ) yang membantu mengidentifikasi hubungan antara satu hal dengan yang lain.

Kualitas Jasa (*Service Quality*)

Jasa merupakan suatu aktivitas atau tindakan dari satu pihak kepada pihak lain. Jasa atau pelayanan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan atas dasar apapun (Kotler, (2007) dalam Aptaguna (2016)).

Service Quality (Servqual) merupakan metode yang dapat digunakan sebagai alat ukur dalam mengukur kualitas pelayanan dari suatu perusahaan jasa tertentu (Prananda *et.al.*, 2019).

Terdapat lima dimensi yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengukur kualitas dari pelayanan jasa suatu perusahaan, yaitu :

1. *Tangibles*

Tangibles (tidak berwujud) merupakan salah satu dimensi utama dari sebuah jasa dimana seperti yang sudah dijelaskan, jasa merupakan satu aktivitas yang pada dasarnya tidak berwujud.

2. *Reliability*

Kemampuan pihak layanan jasa dalam memberikan pelayanan mereka sesuai dengan apa yang telah mereka janjikan.

3. *Responsiveness*

Respon karyawan terhadap bagaimana mereka memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada pelanggan atau kesigapan mereka dalam membantu pelanggan.

4. *Assurance*

Memberikan jaminan kepada konsumen dengan memperlihatkan bagaimana keterampilan suatu pihak layanan jasa.

5. *Emphaty*

Meliputi bagaimana hubungan antara pihak layanan jasa dengan pelanggan, komunikasi yang baik antara kedua belah pihak, kemudahan antara pihak layanan jasa dengan pelanggan dalam menjalin hubungan, serta dapat memahami apa saja kebutuhan dari pelanggan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan strategi studi kasus dan survei kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data dengan mengumpulkan data secara langsung di lapangan. Pemilihan metode ini guna mengetahui bagaimana karakteristik serta dapat mendeskripsikan variabel yang telah digunakan untuk mendeskripsikan atau mempresentasikan suatu kondisi tertentu. Hasil dari penelitian yang didapatkan, nantinya akan menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan mereka (Sekaran dan Bougie, 2010 dalam Cahya, 2016). Penelitian ini berfokus kepada mengetahui apa saja yang berpengaruh dalam peningkatan kualitas dari pelayanan kolam renang yang ada pada bisnis usaha jasa Kolam Renang Batang Tirtayasa.

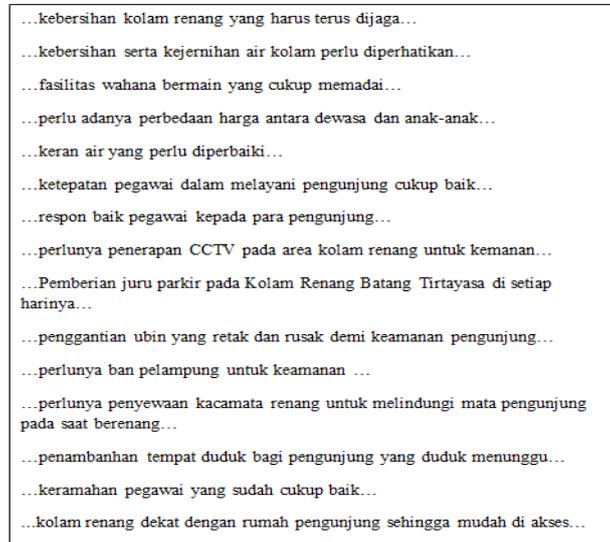
Dalam Amirullah (2013), Ferdinan (2006) mengatakan bahwa jumlah sampel dapat diketahui dari 5-10 kalinya jumlah indikator yang didapat. Pada penelitian kali ini, jumlah indikator atau atribut penelitian terdiri dari 15 indikator. Jumlah maksimum sampel adalah 10, sehingga 15 indikator tersebut dikali dengan 10 yang merupakan jumlah maksimum sampel. Dari hasil kali tersebut, didapatkan jumlah sampel penelitian yang digunakan sebesar 150.

Data-data yang telah diperoleh diuji tingkat reliabilitasnya dengan menggunakan SPSS 24 untuk memastikan data yang ada sudah reliabel ($>0,60$). Hasil uji reliabilitas pada dimensi "Bukti Langsung" yang terdiri dari atribut Kebersihan Area Kolam Renang, Kebersihan dan Kejernihan Air Kolam, serta Penambahan Fasilitas Bermain Air menghasilkan skor 0,658. Pada dimensi "Keandalan" yang terdiri dari atribut Perbedaan Harga Tiket Masuk dan Keran Air Berfungsi dengan Semestinya memperoleh skor 0,727. Pada dimensi "Daya Tanggap" dengan atribut Ketepatan Pegawai dalam Melayani dan Respon Baik Pegawai kepada Pengunjung memperoleh skor 0,719. Pada dimensi "Jaminan" dengan atribut Pemasangan CCTV, Menyediakan Juru Parkir Setiap Hari, Penggantian Ubin yang Telah Rusak, Menyediakan Ban Pelampung, serta Menyediakan Kacamata Renang memperoleh skor 0,825. Dalam dimensi "Empati" dengan atribut Penambahan Kursi bagi Pengunjung, Pegawai Bersikap Ramah dan Lokasi Kolam Renang yang Strategis memperoleh skor 0,655.

HASIL DAN DISKUSI

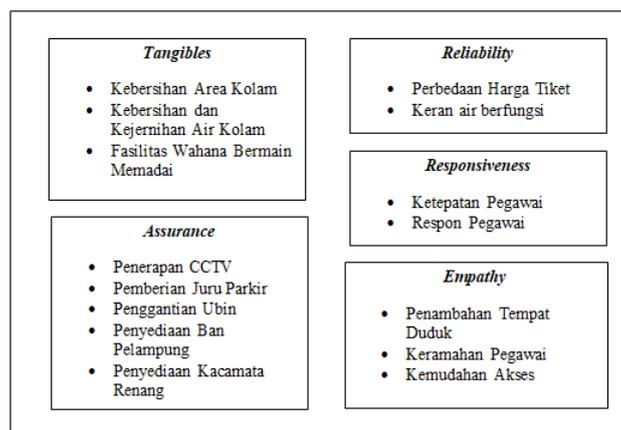
Informasi mengenai apa saja yang menjadi kebutuhan pelanggan dari Kolam Renang Batang Tirtayasa didapatkan dari hasil *Pra Survey* yang telah dilakukan. Sebanyak 15 atribut telah didapatkan dari hasil *Pra Survey*.

Atribut-atribut kebutuhan serta keinginan dari pengunjung Kolam Renang Batang Tirtayasa yang telah terkumpul tersebut kemudian diklasifikasikan sesuai dengan karakteristik terdekat dengan menggunakan Diagram Affinitas seperti di bawah ini :



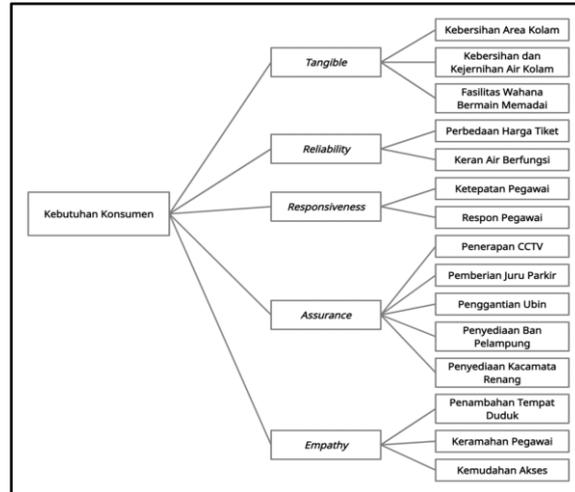
Gambar 2. *Voice of Customer*
 Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Dari hasil *voice of customer* yang ada, maka atribut yang diperoleh dikelompokkan menjadi beberapa kelompok sehingga menjadi diagram afinitas seperti di bawah ini :



Gambar 3. Diagram Affinitas
 Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Hasil dari pengelompokan oleh Diagram Afinitas diatas kemudian disusun menggunakan Diagram Pohon sesuai dengan lima dimensi yang ada, sehingga tampak seperti gambar di bawah ini :



Gambar 4. Diagram Pohon
Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Atribut-atribut yang dibutuhkan oleh para pelanggan, dapat ditemukan dalam ruang kiri dari sebuah matriks rumah kualitas. Dasar dari pertanyaan dalam pembuatan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti, merupakan hasil dari pengelompokan yang telah dilakukan dengan menggunakan diagram pohon pada gambar 4 yang telah tertera diatas. Terdapat 5 atribut yang telah diperoleh dari hasil pengelompokan, yaitu “Bukti Langsung”, “Keandalan”, “Daya Tanggap”, “Jaminan”, dan “Empati”.

		House of Quality													Tingkat kebutuhan atribut		Peringkat
		Fasilitas					Keamanan			Pelayanan					Tingkat kebutuhan atribut	Peringkat	
Kebutuhan Penguji	Atribut	Respon Teknis															Tingkat kebutuhan atribut
		Pemberian garasbo depan area kolam renang	Pembenahan dan pengecekan fasilitas tiap bulan	Penyewaan pelampung dan perlengkapan lainnya	Pemberian harga tiket masuk dewasa dan anak-anak	Tersedia kotak P3K	Pemasangan perovutan air baru	Pandirian kolam renang dekat dengan semua akses	Pemasangan CCTV pada area kolam renang	Tersedia jasa juru parkir	Pembersihan dan penggantian air kolam tiap malam	Pembersihan area kolam renang disetiap harinya	Meningkatkan pelayanan dan kinerja pegawai	Selalu bersikap ramah dan baik kepada pengunjung	Tingkat kebutuhan atribut	Peringkat	
Kebutuhan Penguji	Bukti Langsung	Kebersihan area kolam renang	•	•	•					•	•	•		4,59	2		
		Kebersihan dan kejernihan air kolam	•	•	•					•	•	•		4,39			
		Penambahan fasilitas bermain air	0	•	•		•							3,91			
	Keandalan	Perbedaan harga tiket masuk			•									4,64	1		
		Keran air berfungsi dengan semestinya		•	0							0		4,43			
	Daya Tanggap	Ketepatan pegawai dalam melayani					Δ					•	0	4,53	4		
		Respon baik pegawai kepada pengunjung					Δ					•	•	4,49	5		
	Jaminan	Pemasangan CCTV		•	•	•		0	•	•				3,67			
		Menyediakan juru parkir setiap hari				Δ		Δ		•			Δ	3,76			
		Penggantian ubin yang telah rusak		•	0									4,12			
		Menyediakan ban pelampung		0	•	0								3,75			
		Menyediakan kacamata renang		0	•	0								3,75			
	Empati	Penambahan kursi bagi pengunjung	•	•	•									4,59	3		
		Pegawai bersikap ramah										•	•	4,43			
		Lokasi kolam renang yang strategis						•	Δ					3,89			
Bobot kebutuhan		9	63	27	67	2	9	13	10	10	18	18	48	22			
Prioritas kebutuhan			2	4	1							3	5				

Gambar 5. House of Quality secara utuh
Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa pada posisi pertama dari peringkat prioritas kebutuhan konsumen adalah atribut perbedaan harga tiket masuk dengan perolehan tingkat kebutuhan atribut sebesar 4,64. Pada peringkat kedua, terdapat atribut kebersihan area kolam renang dengan tingkat kebutuhan atribut sebesar 4,59. Selanjutnya pada peringkat ketiga, terdapat atribut penambahan kursi bagi pengunjung dengan tingkat kebutuhan atribut sebesar 4,59. Atribut pada peringkat keempat adalah ketepatan pegawai dalam melayani dengan tingkat kebutuhan atribut sebesar 4,53. Pada peringkat terakhir yaitu peringkat kelima, terdapat atribut respon baik pegawai kepada pengunjung dengan tingkat kebutuhan atribut sebesar 4,49.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan kali ini dapat diambil berdasarkan hasil yang diperoleh dari penerapan *Quality Function Deployment* (QFD) yang dilakukan peneliti terhadap Kolam Renang Batang Tirtayasa yang kemudian digunakan untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan yang ada dalam penelitian.

Atribut pelayanan dari kebutuhan pengunjung pada Kolam Renang Batang Tirtayasa pada penelitian kali ini, dapat dilihat pada Ruang Kiri dari Matriks Rumah Kualitas (*House of Quality*). Adapun atribut dari kebutuhan pengunjung Kolam Renang Batang Tirtayasa berdasarkan dimensi kualitas jasa yaitu dimensi Bukti Langsung (*tangible*) memiliki atribut berupa kebersihan area kolam renang, kebersihan dan kejernihan air kolam, serta penambahan fasilitas bermain air. Untuk dimensi Keandalan (*reliability*) memiliki atribut perbedaan harga tiket masuk dan keran air berfungsi dengan semestinya. Pada dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*) terdapat atribut ketepatan pegawai dalam melayani dan respon baik pegawai kepada pengunjung. Dimensi Jaminan (*assurance*) memiliki atribut pemasangan CCTV, menyediakan juru parkir setiap hari, penggantian ubin yang telah rusak, menyediakan ban pelampung, dan juga menyediakan kacamata renang. Pada dimensi terakhir yaitu Empati (*empathy*) memiliki atribut berupa penambahan kursi bagi pengunjung, pegawai bersikap ramah, dan yang terakhir adalah lokasi kolam renang yang strategis.

Untuk prioritas dari kebutuhan pengunjung Kolam Renang Batang Tirtayasa dapat dilihat pada Ruang Kanan Matriks Rumah Kualitas (*House of Quality*). Prioritas pertama pada atribut pelayanan kebutuhan dalam penelitian kali ini adalah perbedaan harga tiket masuk. Prioritas kedua adalah kebersihan area kolam renang. Serta prioritas ketiga adalah penambahan kursi bagi pengunjung.

Prioritas respon teknis yang dilakukan oleh pengelola dapat diketahui dari Ruang Bawah Matriks Rumah Kualitas (*House of Quality*). Nilai yang diperoleh di Ruang Bawah adalah hasil dari penjumlahan nilai dari hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan respon teknis pengelola. Prioritas pertama dari respon teknis pengelola pada penelitian kali ini adalah pemberian harga tiket masuk dewasa dan anak-anak. Untuk prioritas kedua dari respon teknis pengelola adalah pembenahan dan pengecekan fasilitas tiap bulan. Sedangkan pada prioritas ketiganya yaitu meningkatkan pelayanan dan kinerja pegawai.

Saran

Pada penelitian selanjutnya yang akan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), disarankan agar berfokus pada sebuah perusahaan produk atau jasa sehingga akan lebih mudah dalam mengolah datanya dan tidak terjadi kesulitan dalam pengumpulan data atau pengolahannya.

Pada penelitian kali ini, peneliti tidak mengikutsertakan tahapan dalam menganalisis produk dan jasa kompetitor berdasarkan data kasar yang ada. Sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengikutsertakan proses dari penyusunan Rumah Kualitas atau *House of Quality* (HoQ) secara lengkap. Dengan demikian, hasil yang diperoleh akan menjadi lebih baik dan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Edisi Pertama. Bayumedia Publishing.
- Aptaguna, A. & Endang P. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go - Jek. *Journal of Pembangunan Jaya University*. Vol.3. 51. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Bahia, T. H. A., Idan, A. R., & Athab, K. R. (2023). The effect of quality function deployment (QFD) in enhancing customer satisfaction. *International Journal of Professional Business Review*, 8(1), e01156-e01156.
- Birgün, S., & Çalışkan, Y. (2017). Who Is Customer?: A QFD Cycle For The Swimming Pool Managers. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*.
- Cahya, H. N. (2018). Optimalisasi kualitas produk layanan purna jual Chevrolet sumber andalan Jogja dengan pendekatan QFD. In *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2301>
- 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).
- Cahya, H. N., & Dila, Z. S. (2022). Penerapan Quality Function Deployment Untuk Meningkatkan EServequal (Implementation of Quality Function Deployment to Improve E-Servequal). *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 29(1), 1-17.
- Chan, L. K., & Wu, M. L. (2002). Quality function deployment: A literature review. *European journal of operational research*, 143(3), 463-497.
- Fitri, M. D., & Cahya, H. N. (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.
- Govers, C. P. (1996). What and how about quality function deployment (QFD). *International journal of production economics*, 46, 575-585.
- Kurniawan, M.I.D. (2021). Penerapan Quality Function Deployment Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Kebutuhan Pelanggan Kafe Panorama Kopi Abah di Kota Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang. Tidak Dipublikasikan.
- 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>
- Rizal, M. (2017). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 469-478.
- Situmorang, E. V. A., Siregar, Z. H., & Harahap, U. N. (2021). Perbaikan dan pengembangan produk baby chair menggunakan metode QFD (Quality Function Deployment) Studi Kasus; PT. Casa Woodworking Industry. *Jurnal VORTEKS*, 2(2), 91-99. <https://doi.org/10.54123/vorteks.v2i2.86>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>