



Analisis Kepuasan Pelanggan di Metro Musik Malang Menggunakan Metode SERVQUAL, IPA, dan QFD

Andana Haris Goenawan^{1, a)}, Yurida Ekawati^{1, b)}

Author Affiliations

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung
Jalan Villa Puncak Tidar N-01 Malang 65151, Indonesia

Author Emails

a) Corresponding author: 411710005@student.machung.ac.id

b) yurida.ekawati@machung.ac.id

Received 06 May 2021 / Revised 14 May 2021 / Accepted 28 May 2021 / Published 06 June 2021

Abstract. *Metro Musik is a well-known music equipment store in Malang City that also provides music education services. This service quality research was conducted because Metro Musik assessed that the decline in business was not only caused by the pandemic but also by customer dissatisfaction with the services provided by Metro Musik, based on criticism from buyers about the quality of service at Metro Musik Malang. This study aims to identify service quality using the Servqual method, prioritize service quality improvements using the Importance Performance Analysis (IPA) method, propose improvements using the Quality Function Deployment (QFD) method to improve service quality, and measure service quality at Metro Musik Malang after improvement efforts have been implemented. Based on the GAP 5 calculation, it was found that none of the attributes met customer expectations, or the quality of service at Metro Musik Malang was considered inadequate. Then, based on the IPA analysis, four attributes were prioritized, namely attributes number 2, 8, 10, and 11. Five improvements were proposed for the four prioritized attributes, including training employees to be more responsive in serving customers, creating reminders with detailed schedules, displaying realistic product photos, explaining corresponding product specifications, planning to add 1 to 2 employees, and renovating the store. However, only three out of the five proposals were implemented. The results of the implementation provided a 35% increase in customer satisfaction with the quality of service at Metro Musik Malang. Attributes number 2, 8, and 10 experienced an increase in customer satisfaction, but attribute number 11 experienced a decrease.*

Keywords: *Service quality (SERVQUAL); Importance Performance Analysis (IPA); Quality Function Deployment (QFD); Customer satisfaction*

1. Pendahuluan

Persaingan dalam dunia bisnis yang ketat menuntut para pelaku usaha di bidang jasa memberikan kualitas pelayanan terbaik mereka untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Di bidang industri jasa, kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama bagi mereka. Hal tersebut disebabkan karena proses interaksi secara langsung antar penjual dan pembeli lebih sering dilakukan. Kinerja dan kualitas pelayanan yang buruk pada sebuah perusahaan jasa akan mengakibatkan penurunan profit pada perusahaan mereka. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan pelanggan adalah dengan menggunakan metode Service Quality (Servqual). Metode penunjang lainnya yang biasanya digunakan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan adalah Quality Function Deployment (QFD).

Metro Musik adalah salah satu toko peralatan musik yang cukup terkenal di Kota Malang. Metro Musik Malang menjual alat musik dan memberikan jasa pelayanan pendidikan di bidang musik. Pada tahun awal tahun 2020, terjadi penurunan pemasukan terhadap Metro Musik Malang. Penurunan tersebut sebagian disebabkan karena pandemi corona yang sedang melanda Indonesia, namun berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh pihak Metro Musik Malang, penurunan yang terjadi tidak semata-mata disebabkan oleh pandemi. Pihak Metro Musik Malang berpendapat bahwa penurunan tersebut bisa terjadi karena kurangnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Metro Musik. Hal tersebut ditandai dengan pembeli atau customer yang memberikan kritik terhadap kualitas pelayanan di Metro Musik Malang.

Penelitian sebelumnya mengenai integrasi antara metode QFD dan Servqual pernah dilakukan oleh Han's (2020) yang mengukur layanan akademik satu fakultas di suatu universitas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tersebut, didapatkan bahwa analisis Servqual pada perhitungan GAP 5 baik fakultas dan program studi bernilai negative. Perbaikan-perbaikan dilakukan dengan hasil akhir dari analisis QFD. Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Noya (2013). Penelitian dilakukan dengan pengukuran kualitas pelayanan dengan melakukan kuesioner Fuzzy-Servqual dan analisis GAP 5. Prioritas perbaikan kualitas pelayanan ditentukan melalui Importance Performance Analysis. Kemudian dilakukan analisis QFD untuk mendapatkan rekomendasi perbaikan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kualitas pelayanan di Metro Musik Malang dengan metode Servqual, mengidentifikasi faktor yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan pada kualitas layanan di Metro Musik Malang dengan metode IPA, memberikan usulan perbaikan menggunakan metode QFD untuk meningkatkan kualitas layanan terhadap pelanggan di Metro Musik Malang, dan mengukur kualitas pelayanan di Metro Musik Malang setelah mengalami perbaikan dengan menggunakan metode Servqual

Salah satu UMKM yang telah mampu untuk menciptakan lapangan kerja baru, serta menciptakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat adalah UMKM Iniceker. UMKM Iniceker berlokasi di Malang, dan merupakan sebuah UMKM baru yang baru saja berdiri sejak awal tahun 2020. UMKM Iniceker memproduksi makanan berupa kaki ayam atau yang biasa dikenal dengan ceker. Terdapat 2 varian rasa yang dipasarkan, yaitu ceker original (tidak pedas) dan ceker pedas. UMKM terletak di Jalan MT. Haryono, Malang. UMKM telah beroperasi sebelum maraknya pandemi Covid-19. Sebelum masa pandemi, UMKM beroperasi pada hari Selasa hingga hari Minggu, mulai pukul 17.00 hingga 22.00, namun jika sebelum pukul 22.00 produk sudah tidak tersedia, UMKM akan tutup lebih awal. Saat masa pandemi, UMKM beroperasi mulai pukul 17.00 hingga 20.00 saja. Jumlah ceker yang diproduksi setiap harinya akan bergantung kepada banyaknya jumlah konsumen yang datang.

Dapat diketahui bahwa tentu UMKM telah memiliki keberhasilan dalam masa produksinya, namun tidak dapat dipungkiri dan dihindari bahwa UMKM juga memiliki kelemahan yang harus diatasi. Kelemahan yang paling dirasakan oleh UMKM adalah terkait dengan bidang pemasaran. Selama ini, UMKM hanya melakukan pemasaran dengan sistem daring melalui media sosial yaitu Instagram, dan kurang melakukan pemasaran dengan cara luring.

Persaingan yang ketat antar sesama industri dibidang yang serupa serta adanya pandemi Covid-19, membuat UMKM harus mampu untuk meningkatkan daya jual produknya. UMKM perlu untuk melakukan strategi pemasaran yang lebih optimal. Berdasarkan permasalahan yang dirasakan oleh UMKM, maka akan disusun perencanaan strategi pemasaran yang berguna untuk membantu UMKM. Perencanaan strategi pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan metode Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Dengan menggunakan kedua metode, bertujuan untuk menghasilkan strategi pemasaran yang benar-benar sesuai dengan kondisi keadaan lingkungan UMKM. Diharapkan dengan menggunakan kedua metode tersebut, UMKM dapat terus meningkatkan penjualannya baik pada saat masa pandemi ataupun sesudah pandemi.

2. Metode

2.1. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengukur kualitas pelayanan di Metro Musik Malang. Kuisisioner yang diberikan meliputi lima dimensi yang berisi pertanyaan tentang penilaian konsumen terhadap pelayanan dari Metro Musik Malang. Lima dimensi yang digunakan adalah dimensi pada Servqual, yaitu tangible, responsiveness, assurance, reliability, dan empathy. Penyebaran kuisisioner dilakukan menggunakan non-probability sampling dengan cara purposive quota sampling, di mana peneliti akan memilih responden yang memenuhi kriteria (pernah menerima pelayanan di Metro Musik Malang) hingga kuota terpenuhi.

Pengembangan kuisisioner dikembangkan berdasarkan kuisisioner Servqual yang dibuat oleh Parasuraman dkk(1998) yang telah disesuaikan dengan penelitian ini. Kemudian kuisisioner disebarkan sesuai dengan responden yang telah ditentukan yaitu konsumen yang melakukan kunjungan secara langsung (offline) ke Metro Musik Malang. Skala penilaian yang digunakan adalah 1 sampai 5.

2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di Metro Musik Malang. Rumus uji validitas dijelaskan sebagai berikut.

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[N \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][N \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}} \quad 1$$

Dengan,

- N : jumlah responden
- $\sum X$: jumlah X (skor butir)
- $\sum X^2$: jumlah skor butir kuadrat
- $\sum Y$: jumlah Y (skor faktor)
- $\sum Y^2$: jumlah skor faktor kuadrat
- $\sum XY$: jumlah perkalian X dan Y

Berikut adalah rumus uji reliabilitas yang digunakan.

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad 2$$

Dengan,

- ri : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$: jumlah varians butir
- σt^2 : varians total

2.3. Servqual Nilai GAP 5

Perhitungan Servqual dilakukan dengan nilai GAP 5. GAP 5 dipilih karena merupakan service GAP yang ingin ditinjau untuk melihat antara harapan dan persepsi pelanggan mengenai pelayanan Metro Musik Malang. Pada perhitungan GAP akan diketahui perbedaan persepsi dari Metro Musik Malang terhadap atribut yang menjadi alat ukur dari kualitas layanan dengan harapan dari konsumen Metro Musik Malang.

2.4. Importance Performance Analysis (IPA)

Tahap Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang perlu ditingkatkan performanya oleh Metro Musik Malang agar dapat memuaskan pelanggannya. Faktor-faktor ini akan dikelompokkan menjadi 4 kuadran dengan menggunakan diagram cartesius dengan bantuan program SPSS versi 20. Kuadran 1 (*Concentrate These*) adalah kuadran yang menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi masih belum memuaskan harapan pelanggan dalam kenyataannya, sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor ini untuk ditingkatkan. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*) merupakan bagian yang menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting pelanggan dan sudah

sesuai dengan harapan dari pelanggan inginkan. Kuadran III (*Low Priority*) yaitu bagian yang memiliki faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja tidak terlalu istimewa pada saat penerapannya. Kemudian, kuadran IV atau biasa disebut *Possible Overkill*. Kuadran IV merupakan kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi dirasakan terlalu berlebihan dalam penerapannya (Nugraha, dkk, 2014). Jadi, IPA sendiri membantu dalam mengelola faktor-faktor yang perlu diperbaiki untuk dianalisis perbaikannya pada tahapan berikutnya.

2.5. QFD (*Quality Function Deployment*)

QFD merupakan analisis lanjutan dari Servqual yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan Metro Musik Malang. Perancangan yang dilakukan pada QFD adalah pembuatan HOQ. Berikut adalah langkah-langkah pembuatan HOQ.

- a. Memasukkan data customer requirements.
- b. Memasukkan data technical requirements.
- c. Pemberian nilai korelasi antara customer requirement dengan technical requirements.
- d. Pemberian hubungan korelasi antara sesama technical requirements.
- e. Pemberian nilai tingkat kepentingan.
- f. Pemberian nilai tingkat kepuasan.
- g. Pemberian nilai overall importance bagi customer requirements.
- h. Pemberian nilai importance of measures / kepentingan absolut

Berikut merupakan rumus yang akan digunakan dalam pembuatan HOQ.

$$\text{Tingkat Kepentingan} = \frac{(E1 \times 1) + (E2 \times 2) + (E3 \times 3) + (E4 \times 4) + (E5 \times 5)}{\text{Jumlah Responden}} \quad 3$$

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{(E1 \times 1) + (E2 \times 2) + (E3 \times 3) + (E4 \times 4) + (E5 \times 5)}{\text{Jumlah Responden}} \quad 4$$

Dengan,

E1 : Jumlah responden dengan jawaban "Sangat Tidak Puas"

E2 : Jumlah responden dengan jawaban "Tidak Puas"

E3 : Jumlah responden dengan jawaban "Cukup Puas"

E4 : Jumlah responden dengan jawaban "Puas"

E5 : Jumlah responden dengan jawaban "Sangat Puas"

$$\text{Overall Importance} = T. \text{Kepentingan} - \left(T. \text{Kepuasan} \times \frac{T. \text{Kepentingan}}{\text{max value } 5} \right) \quad 5$$

$$\text{Kepentingan Relative} = \frac{\text{Overall Importance}}{\sum \text{Overall Importance}} \quad 6$$

$$\text{Kepentingan Absolut} = \sum (T. \text{Kepentingan} \times \text{Bobot Keterhubungan}) \quad 7$$

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan adalah menyebarkan kuesioner kepada 50 responden. Perhitungan jumlah responden dilakukan menggunakan rumus Slovin. Populasi dari Metro Musik Malang adalah 100 orang yang didapatkan dari rata-rata jumlah pengunjung dalam satu bulan. Presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% sehingga didapatkan jumlah responden yang dibutuhkan adalah 50 responden.

3.2. Uji Validitas

Menurut Yusup (2018), uji korelasi dengan *Product Moment Pearson* dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa seluruh r hitung dari pertanyaan persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan berada pada rentang nilai -1 hingga +1 dan nilai r hitung $>$ r tabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan dapat dilakukan pengolahan data lebih lanjut.

3.3. Uji Reliabilitas

Menurut Yusup (2018), data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7. Berdasarkan hasil perhitungan, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7. Oleh karena itu data dapat dikatakan reliabel sehingga dapat dilakukan pengolahan data lebih lanjut.

3.4. Perhitungan GAP 5 (*Service GAP*)

Pada tahap ini dibahas mengenai pengolahan data dengan perhitungan GAP 5. Perhitungan akan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$Q=P-E$$

9

Dengan:

Q : *perceived quality*

P : persepsi dari pelanggan tentang layanan yang diberikan

E : ekspektasi dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan

Tabel 1 Perhitungan GAP 5

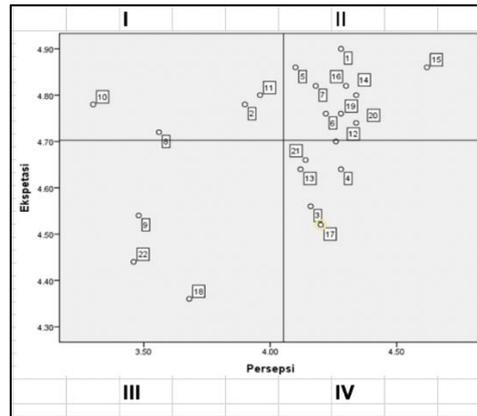
| No. | P | E | GAP (Q) |
|-----|------|------|---------|
| 1 | 4,28 | 4,90 | -0,62 |
| 2 | 3,90 | 4,78 | -0,88 |
| 3 | 4,16 | 4,56 | -0,40 |
| 4 | 4,28 | 4,64 | -0,36 |
| 5 | 4,10 | 4,86 | -0,76 |
| 6 | 4,22 | 4,76 | -0,54 |
| 7 | 4,18 | 4,82 | -0,64 |
| 8 | 3,56 | 4,72 | -1,16 |
| 9 | 3,48 | 4,54 | -1,06 |
| 10 | 3,30 | 4,78 | -1,48 |
| 11 | 3,96 | 4,80 | -0,84 |
| 12 | 4,26 | 4,70 | -0,44 |
| 13 | 4,12 | 4,64 | -0,52 |
| 14 | 4,34 | 4,80 | -0,46 |
| 15 | 4,62 | 4,86 | -0,24 |
| 16 | 4,30 | 4,82 | -0,52 |
| 17 | 4,20 | 4,52 | -0,32 |
| 18 | 3,68 | 4,36 | -0,68 |
| 19 | 4,28 | 4,76 | -0,48 |
| 20 | 4,34 | 4,74 | -0,40 |
| 21 | 4,14 | 4,66 | -0,52 |
| 22 | 3,46 | 4,44 | -0,98 |

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan memiliki nilai GAP yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan tidak sesuai dengan persepsi pelanggan terhadap layanan di Metro Musik Malang. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan di Metro Musik Malang.

3.5. Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan perhitungan GAP 5 dapat diketahui bahwa Metro Musik Malang perlu meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Importance Performance Analysis digunakan untuk menentukan atribut yang perlu diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Berikut merupakan hasil IPA terhadap layanan di Metro Musik Malang.

Aspek pemasaran menjadi faktor penting dalam menyusun strategi pemasaran untuk keberlangsungan UMKM Iniceker. Aspek pemasaran dilakukan untuk membandingkan kualitas yang dimiliki disbanding dengan produk sejenis yang berada di pasaran.



Gambar 1 Hasil IPA

Kuadran I merupakan kuadran untuk prioritas utama (*concentrate here*). Kuadran ini menunjukkan nilai yang belum memuaskan konsumen pada faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, sehingga Metro Musik Malang perlu memfokuskan perbaikan pada kuadran ini.

Tabel 2 Rekapitulasi IPA

| Kuadran | Atribut |
|---------|--------------------------------|
| I | 2, 8, 10, 11 |
| II | 1, 5, 6, 7, 14, 15, 16, 19, 20 |
| III | 9, 18, 22 |
| IV | 3, 4, 12, 13, 17, 21 |

Atribut yang termasuk dalam kuadran I (kuadran prioritas utama) adalah atribut dengan nomor pertanyaan 2,8,10, dan 11. Keempat atribut yang tergolong ke dalam kuadran prioritas utama yang paling memerlukan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas layanan di Metro Musik Malang

3.6. Quality Function Deployment (QFD)

QFD digunakan untuk melanjutkan analisis kualitas layanan di Metro Musik Malang. Terdapat tahapan dalam pembuatan QFD yaitu matriks *whats*, *planning* matriks, respon teknis (*hows*), dan dilanjutkan dengan pembuatan HOQ. Berikut merupakan tahapan dalam penyusunan HOQ di dalam QFD untuk memperbaiki kualitas layanan di Metro Musik Malang.

a. Matriks *Whats*

Berdasarkan hasil analisis IPA didapatkan 4 atribut. Keempat atribut tersebut akan dimasukkan pada matriks *Whats* atau *Voice of Customer* untuk dapat dilakukan perbaikan dengan metode QFD. Berikut merupakan *Voice of Customer* dari pelanggan Metro Musik Malang.

Tabel 3 *Voice of Customer*

| No. Atribut | <i>Voice of Customer</i> |
|-------------|---|
| 2 | Fasilitas-fasilitas di Metro Musik Malang menarik dilihat di mata. |
| 8 | Metro Musik Malang menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka janjikan dahulu dalam iklan. |
| 10 | Metro Musik Malang memberitahu pelanggannya kapan jadwal service yang akan mereka berikan. |
| 11 | Para pelanggan menerima pelayanan dari karyawan di Metro Musik Malang dengan segera. |

b. *Planning* Matriks

Planning Matrix merupakan bagian dari *Voice of Customer*. Terdapat 6 bagian dari *Planning Matrix*. Berikut merupakan *Planning Matrix* terhadap kualitas layanan di Metro Musik Malang.

1) Importance to Customer

Pada hasil kuesioner terdapat nilai ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan di Metro Musik Malang. Nilai tersebut menjadi nilai *Importance to Customer* dalam *Planning Matrix*. Berikut merupakan nilai *Importance to Customer* dari pelanggan Metro Musik Malang.

Tabel 4 Importance to Customer

| No. Atribut | Importance to Customer (IC) |
|-------------|-----------------------------|
| 2 | 4,78 |
| 8 | 4,72 |
| 10 | 4,78 |
| 11 | 4,80 |

2) Customer Satisfaction Performance

Pada hasil kuesioner terdapat nilai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di Metro Musik Malang. Nilai tersebut menjadi nilai *Customer Satisfaction Performance* dalam *Planning Matrix*. Berikut merupakan nilai *Customer Satisfaction Performance* dari pelanggan Metro Musik Malang.

Tabel 5 Customer Satisfaction Performance

| No. Atribut | Customer Satisfaction Performance (CSP) |
|-------------|---|
| 2 | 3,90 |
| 8 | 3,56 |
| 10 | 3,30 |
| 11 | 3,96 |

3) Goal

Pada *planning matrix* bagian *goal*, berisi nilai performansi yang ingin dicapai perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di Metro Musik Malang dengan menggunakan skala likert. Berikut merupakan *goal* dari Metro Musik Malang.

Tabel 6 Goal

| No. Atribut | Goal |
|-------------|------|
| 2 | 5,00 |
| 8 | 5,00 |
| 10 | 5,00 |
| 11 | 5,00 |

4) Improvement Ratio

Improvement Ratio merupakan perbandingan dari nilai *Goal* dengan nilai *Customer Satisfaction Performance*. Berikut merupakan nilai *Improvement Ratio* untuk masing-masing atribut:

Tabel 7 Improvement Ratio

| No. Atribut | Improvement Ratio (IR) |
|-------------|------------------------|
| 2 | 1,28 |
| 8 | 1,40 |
| 10 | 1,52 |
| 11 | 1,26 |

5) Sales Point

Sales Point menunjukkan seberapa besar pengaruh dari kebutuhan pelanggan yang menjadi *Voice of Customer* terhadap kualitas layanan di Metro Musik Malang. Nilai *Sales Point* diisi oleh pihak Metro Musik Malang dengan skala 1; 1,2; 1,5. Berikut merupakan nilai *Sales Point* yang digunakan.

Tabel 8 Sales Point

| No. Atribut | Sales Point |
|-------------|-------------|
| 2 | 1,20 |
| 8 | 1,50 |
| 10 | 1,50 |
| 11 | 1,50 |

6) *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*

Raw Weight merupakan hasil perkalian dari *importance of customer*, *improvement ratio* dan *sales point*. Nilai dari *raw weight* akan menunjukkan seberapa besar perbaikan yang telah ditentukan oleh Metro Musik Malang. *Normalized Raw Weight* didapatkan dari hasil perbandingan nilai *Raw Weight* dari masing masing atribut dengan total keseluruhan atribut *Raw Weight*. Berikut merupakan nilai *Raw Weight* dan *Normalized Raw Weight*:

Tabel 9. Raw Weight and Normalized Raw Weight

| No. Atribut | Raw Weight | Normalized Raw Weight (%) |
|-------------|------------|---------------------------|
| 2 | 7,35 | 19,74 |
| 8 | 9,94 | 26,69 |
| 10 | 10,86 | 29,16 |
| 11 | 9,09 | 24,40 |

3.7. Respon Teknis (*Hows*)

Dari 4 atribut yang menjadi *Voice of Customer*, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis respon teknis yang diperoleh dari pihak Metro Musik Malang. Berikut ini adalah respon teknis yang sudah dikumpulkan dari Metro Musik Malang:

Tabel 10 Respon Teknis

| No. Atribut | Respon Teknis | |
|-------------|---|------|
| 2 | Renovasi toko, seperti melakukan penataan ulang toko, menyediakan tempat tersendiri untuk mencoba barang sehingga pelanggan punya pengalaman mencoba, serta mengupdate dengan fasilitas lainnya yang terkini. | TR 1 |
| 8 | Menampilkan bentuk dan warna pada foto produk secara realistis dan menjelaskan spesifikasi produk sesuai dengan yang tersedia di toko. | TR 2 |
| 10 | Membuat <i>reminder</i> dengan catatan jadwal yang rinci. | TR 3 |
| 11 | Melatih karyawan agar lebih cekatan dalam melayani pelanggan. | TR 4 |
| | Melatih karyawan agar lebih cekatan dalam melayani pelanggan. | TR 4 |
| | Merencanakan penambahan pegawai 1 sampai 2 orang. | TR 5 |

Berdasarkan tabel diatas terdapat 5 perbaikan yang diberikan oleh pemilik Metro Musik Malang meningkatkan kepuasan pelanggan di Metro Musik Malang.

3.8 House of Quality (*HoQ*)

Setelah masing-masing bagian dari *House of Quality* dibuat, maka berikut adalah gambaran dari *House of Quality*.

| | TR 1 | TR 2 | TR 3 | TR 4 | TR 5 | Importance to Customer | Customer Satisfaction Performance | Goal | Improvement Ratio | Sales Point | Raw Weight | Normalized Weight | Peringkat |
|--|------|------|-------|-------|-------|------------------------|-----------------------------------|------|-------------------|-------------|------------|-------------------|-----------|
| 2. Fasilitas-fasilitas di Metro Musik Malang menarik dilihat di mata. | ③ | | | | | 4,78 | 3,90 | 5 | 1,28 | 1,20 | 7,35 | 19,74 | 4 |
| 8. Metro Musik Malang menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang mereka janjikan dahulu dalam iklan. | | ③ | | | | 4,72 | 3,56 | 5 | 1,40 | 1,50 | 9,94 | 26,69 | 2 |
| 10. Metro Musik Malang memberi tahu pelanggannya kapan jadwal service yang akan mereka berikan. | | | ⑨ | ⑨ | | 4,78 | 3,30 | 5 | 1,52 | 1,50 | 10,86 | 29,16 | 1 |
| 11. Para pelanggan menerima pelayanan dari karyawan di Metro Musik Malang dengan segera. | | | | ⑨ | ③ | 4,80 | 3,96 | 5 | 1,26 | 1,50 | 9,09 | 24,40 | 3 |
| Contribution | | 2,40 | 2,62 | 4,82 | 0,73 | | | | | | | | |
| Persentase | | 5,30 | 21,50 | 23,49 | 43,15 | 6,55 | | | | | | | |
| Prioritas | 5 | 3 | 2 | 1 | 4 | | | | | | | | |

Gambar 2 House of Quality

Dari gambar *House of Quality* di atas, berikut adalah rekomendasi-rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak Metro Musik Malang untuk meningkatkan pelayanan di Metro Musik Malang sesuai dengan prioritas perbaikan yang telah disusun:

- Melatih karyawan agar lebih cekatan dalam melayani pelanggan (TR 4)
Program pelatihan yang dapat diberikan kepada karyawan Metro Musik Malang adalah cara menggunakan fasilitas yang tersedia dan cara pakai ala-alat musik yang dijual di Metro Musik Malang.
- Membuat *reminder* dengan catatan jadwal yang rinci (TR 3)
Agar mengetahui kapan jadwal *service* yang harus diberikan kepada pelanggan, Metro Musik Malang perlu membuat catatan *reminder*.
- Menampilkan bentuk dan warna pada foto produk secara realistis dan menjelaskan spesifikasi produk sesuai dengan yang tersedia di toko (TR 2)
Untuk dapat memberikan pelayanan sesuai dengan iklan yang ditampilkan, Metro Musik Malang perlu menggunakan foto produk yang *real* serta spesifikasi lengkap produk tersebut..
- Merencanakan penambahan pegawai 1 sampai 2 orang (TR 5)
Untuk dapat melayani pelanggan dengan segera maka pihak Metro Musik Malang merencanakan penambahan pegawai..
- Renovasi toko (TR 1)
Pemilik toko akan berencana merenovasi toko dengan menghadirkan fasilitas-fasilitas penunjang yang menarik agar bisa memuaskan pelanggannya.

Implementasi yang dilakukan dalam penelitian ini ada 3, yaitu menampilkan bentuk dan warna pada foto produk secara realistis dan menjelaskan spesifikasi produk sesuai dengan yang tersedia di toko (TR 2), membuat *reminder* untuk *service* dengan catatan jadwal yang rinci (TR 3), dan melatih karyawan agar lebih cekatan dalam melayani pelanggan (TR 4). Implementasi untuk renovasi toko dan penambahan pegawai dalam penelitian ini belum dapat dilakukan, karena keterbatasan waktu dan biaya yang diperlukan oleh pemilik toko. Namun pemilik toko akan melakukan perbaikan tersebut dengan segera dalam waktu dekat.

Dari 5 usulan perbaikan yang diberikan, hanya 3 perbaikan yang dilakukan implementasi perbaikan. Setelah dilakukan metode *servqual* untuk melihat hasil dari implementasi, ketiga perbaikan tersebut memberikan dampak perubahan sebesar 35% terhadap keseluruhan kualitas layanan di Metro Musik Malang. Atribut nomor 2 mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 0.14, atribut nomor 8 mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 0,84, atribut nomor 10

mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 1,15, dan atribut nomor 11 mengalami penurunan kualitas layanan sebesar 0,2.

4. Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan GAP 5 yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat 22 atribut yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan di Metro Musik Malang kurang baik. Dari analisis IPA yang dilakukan diketahui terdapat 4 atribut yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Usulan perbaikan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan di Metro Musik Malang ada 5, yaitu melatih karyawan agar lebih cekatan dalam melayani pelanggan, membuat reminder dengan catatan jadwal yang rinci, menampilkan bentuk dan warna foto produk secara realistis dan menjelaskan spesifikasi produk yang sesuai merencanakan penambahan pegawai 1 sampai 2 orang, dan renovasi toko. Dari 5 usulan perbaikan yang diberikan, hanya 3 perbaikan yang dilakukan implementasi perbaikan. Ketiga perbaikan tersebut memberikan dampak perubahan sebesar 35% terhadap keseluruhan kualitas layanan di Metro Musik Malang. Atribut nomor 2 mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 0.14, atribut nomor 8 mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 0,84, atribut nomor 10 mengalami peningkatan kualitas layanan sebesar 1,15, dan atribut nomor 11 mengalami penurunan kualitas layanan sebesar 0,2.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pihak Metro Musik yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melakukan penelitian di tempat usahanya.

6. Daftar Pustaka

- Han's, S., 2020. 'Penerapan metode servqual dan QFD untuk meningkatkan layanan akademik dosen fakultas sains dan teknologi universitas ma chung'. Tugas Akhir, ST, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung, Malang.
- Nugraha, R., Harsono, A., dan Adianto, H., 2014. Usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel x berdasarkan hasil matrix importance-performance analysis (studi kasus di bengkel AHASS PD Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 1:221-231.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L., 1988. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64:12-40.
- Pratama, D.P.I., 2014. 'Penerapan Metode QFD Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Arena Futsal (Studi pada Stadium Futsal Center Semarang)', Skripsi, S.E, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Wijayanti, E. dan Noya, S., 2013. Integrating fuzzy-servqual into importance performance analysis and quality function deployment for improve KSP kusuma artha lestari service quality. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 1 (3).
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), pp. 17-23.