

**PERANCANGAN PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN
LINKAJA MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT
(QFD)
(STUDI KASUS : BRANCH BOGOR)**

***DESIGN OF QUALITY IMPROVEMENT SERVICES OF LINKAJA USING QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD
(CASE STUDY : BRANCH BOGOR)***

Salwa Nabila Izza Salsabila¹, Dr. Ir. Yati Rohayati, M.T², Uly Yunita Nafizah, S.T, M.Sc³

^{1,2,3}Program S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹salwanabilais@gmail.com, ²vatirohayati@telkomuniversity.ac.id, ³ullyyunita@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

LinkAja adalah sebuah layanan keuangan elektronik yang merupakan sinergi layanan keuangan elektronik dari berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). LinkAja menghadirkan layanan keuangan elektronik yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan beragam fitur. Sayangnya, LinkAja belum mampu memberikan kualitas layanan yang baik karena masih ditemukan keluhan pelanggan mengenai layanan LinkAja.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh berbagai alternatif *output* yang akan digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan LinkAja dengan pendekatan 14 *true customer needs* menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. QFD dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah QFD Iterasi Satu (*House of Quality*) untuk mencari prioritas dari hubungan antara *true customer needs* karakteristik teknis. Tahap kedua adalah QFD Iterasi Dua (*Part Deployment*) bertujuan untuk menentukan prioritas *critical part* berdasarkan hubungan antara karakteristik teknis dengan *critical part*.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa QFD Tahap pertama menghasilkan *output* berupa 7 karakteristik teknis prioritas yang akan dikembangkan pada tahap selanjutnya. Pada QFD tahap dua, *output* yang didapat pada tahap sebelumnya dikembangkan dan menghasilkan *output* berupa 10 *critical part* prioritas.

Kata Kunci: *House of Quality, LinkAja, Part Deployment, Quality Function Deployment (QFD)*

Abstract

Linkaja is an electronic financial service that synergizes between state-owned enterprises (BUMN). Linkaja provides electronic financial services with comfort and ease of transactions to meet people's needs by offering various features. Unfortunately, LinkAja has not been able to provide good quality service because customer complaints are still found regarding LinkAja services.

This study aims to obtain various alternative outputs that will be used to improve the quality of service. this research was conducted based on the approach of 14 true customer needs and using the QFD method. QFD is carried out in two stages. The first stage is House of Quality. house of quality is used to find the priority of the relationship between true customer needs and technical characteristics. The second stage is Part Deployment. part deployment aims to determine the priority of critical parts based on the relationship between technical characteristics and critical parts.

The results of the study show that the first QFD produced 7 priority technical characteristics that will be developed at a later stage. in the second QFD, the output obtained in the previous stage was developed and produced 10 priority critical parts

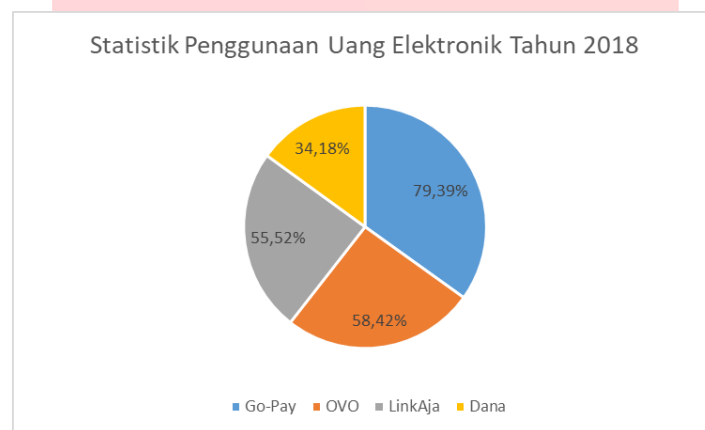
Keywords: *House of Quality, LinkAja, Part Deployment, Quality Function Deployment (QFD), Electronic financial service*

1. Pendahuluan

Pada tahun 2007 Telkomsel meluncurkan T-Cash yaitu layanan uang digital lewat ponsel pertama di Indonesia. pada tahun 2011 Telkomsel memperkenalkan pembayaran elektronik atau e-Wallet pertama di Indonesia lalu pada tahun 2015 Telkomsel meluncurkan T-Cash Tap dan T-Cash Wallet untuk mempermudah pembayaran online, bayar tagihan dan transfer uang tanpa memakai kartu kredit (Telkomsel, 2017). Demi menghadirkan layanan keuangan elektronik yang lebih baik dan lengkap bagi masyarakat Indonesia, mulai tanggal 22 Februari 2019, layanan keuangan elektronik milik Telkomsel yaitu T-Cash akan berubah menjadi LinkAja.

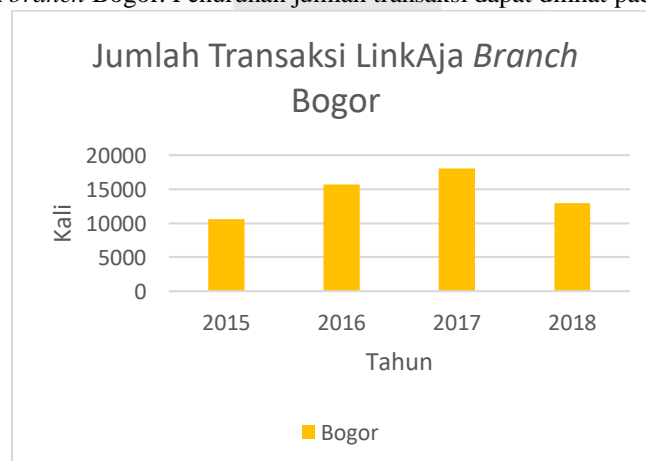
LinkAja adalah sebuah layanan keuangan elektronik yang merupakan sinergi layanan keuangan elektronik dari berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). LinkAja menghadirkan layanan keuangan elektronik yang memberikan kemudahan bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan beragam fitur pembayaran seperti pembayaran tagihan (antara lain listrik, air, asuransi, internet dan lain-lain), transaksi di *merchant* baik lokal maupun nasional, pembayaran moda transportasi, pembelian *online* hingga layanan keuangan lainnya seperti transfer saldo antar Pelanggan.

Layanan uang elektronik dengan basis digital juga dikeluarkan oleh perusahaan Gojek dengan menawarkan layanan bernama Go-Pay dan OVO. Perkembangan penggunaan uang elektronik Go-Pay merupakan salah satu kompetitor yang merupakan uang elektronik paling banyak digunakan di Indonesia berdasarkan hasil survei JakPat dalam startup report 2017 DailySocial, data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1:



Gambar 1 Statistik Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2018
(Sumber: Laporan *Fintech* DailySocial, 2018)

Pada Gambar 1 LinkAja menduduki peringkat ketiga dibandingkan dengan Go-Pay yang dapat menduduki peringkat pertama. Selain Go-Pay kompetitor lain yang kedudukannya berada di atas LinkAja adalah OVO. Pada tahun 2016 hingga 2017 jumlah transaksi LinkAja *branch* Bogor merupakan yang paling banyak dibandingkan dengan *branch* lainnya di area *eastern* Jabodetabek tetapi pada tahun 2018 terjadi penurunan transaksi menggunakan LinkAja di *branch* Bogor. Penurunan jumlah transaksi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Penjualan LinkAja di Outlet Branch Bogor
(Sumber: Data Internal Telkomsel, 2018)

Data penjualan LinkAja dan jumlah transaksi di wilayah *branch* Bogor satu tahun terakhir mengalami penurunan cukup signifikan yang terindikasi adanya persaingan dengan Go-Pay. Selain adanya persaingan dengan kompetitor lain, penjualan sudah tidak bertumbuh dikarenakan indikasi dari munculnya transaksi menggunakan QR Code. Karena adanya penurunan penggunaan transaksi, perlu adanya analisis atribut kebutuhan konsumen untuk mengetahui kekurangan LinkAja agar dapat meningkatkan layanan produk dari LinkAja. Survei pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada layanan LinkAja. Hasil survei pendahuluan didapatkan dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan metode Kano. Hasil survei dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Survei Pendahuluan

No	Evaluasi	Tanggapan Konsumen
1	Kemudahan dalam penggunaan	Harus terkoneksi internet saat ingin membuka LinkAja <i>Wallet</i> .
		Proses pembayaran menjadi lama saat mesin <i>error</i> .
2	Tanggapan <i>customer service</i> kepada pengguna	Kesulitan menghubungi <i>customer service</i> saat terjadi <i>error</i> .
3	Konten fitur pada LinkAja	Kesulitan dalam mencari fitur yang dibutuhkan.
		Tidak ada fitur menu untuk pencarian secara langsung.
4	Informasi pada T-Cash <i>wallet</i>	Informasi promo tidak sesuai.
		Sulit menemukan informasi yang dicari oleh konsumen.
5	Keamanan T-Cash <i>Wallet</i>	Proses pendaftaran menggunakan nomer telepon sehingga konsumen tidak percaya saat memberikan data pribadi.

(Sumber: Survei Pendahuluan, 2018)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa pengguna LinkAja merasakan adanya keluhan pada saat pemakaian. Hal tersebut membuat pelanggan menilai kualitas layanan LinkAja kurang baik sehingga adanya penurunan penggunaan yang cukup signifikan di tahun 2018. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang kualitas layanan untuk LinkAja yang lebih baik

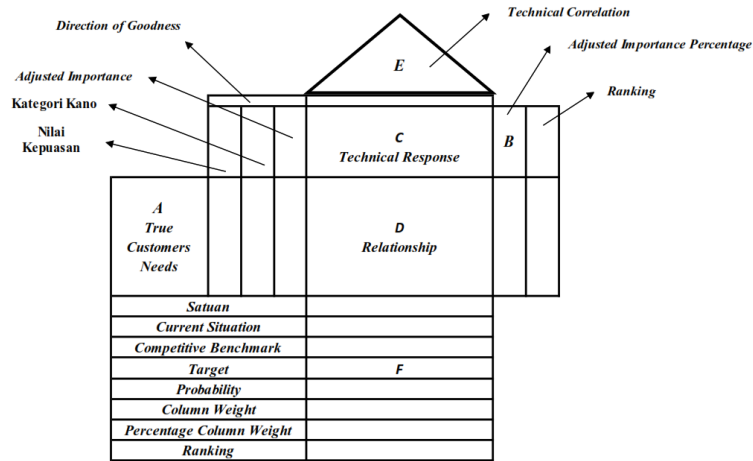
2. Tinjauan Pustaka

2.1 Quality Function Deployment (QFD)

QFD merupakan sebuah metode untuk mengembangkan sebuah kualitas rancangan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan dan kemudian menerjemahkan permintaan pelanggan menjadi target rancangan dan poin utama penjaminan kualitas untuk digunakan di keseluruhan fase produksi [1]. QFD merupakan metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perancangan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas produk dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen [2]. Fokus dari metode QFD ini adalah kebutuhan konsumen. Informasi mengenai kebutuhan pelanggan dapat didapatkan melalui survei, FGD, wawancara, jurnal dan melalui keluhan pelanggan. [4]

2.2 QFD Iterasi Satu

Pada QFD Iterasi Satu, terdapat matriks perencanaan atau *House of Quality* (HOQ) yang akan mengonversi *Voice of Customer* (VoC) ke dalam karakteristik teknis yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan [2]. QFD Iterasi Satu terdiri dari beberapa tahap antara lain menyusun matriks perencanaan, menetapkan karakteristik teknis untuk setiap *True Customer Needs* (TCN), menyusun matriks hubungan antara karakteristik teknis dan TCN serta menetapkan hubungan antara karakteristik teknis satu dengan karakteristik lainnya.



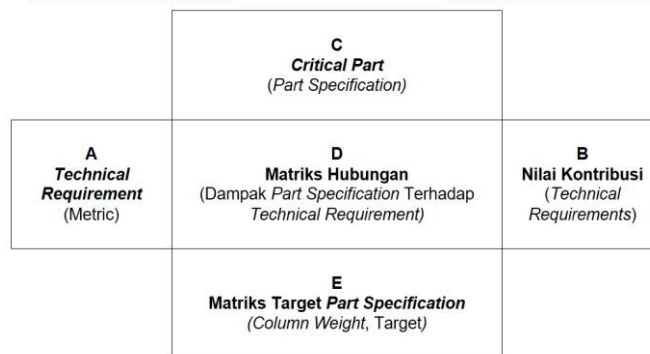
Gambar 3. Bagan *House of Quality* (HoQ)
(Sumber: Cohen, 1999)

2.3 Pengembangan Konsep (*Concept Development*)

Concept development adalah tahap pengembangan yang berdasarkan kepada karakteristik teknis QFD Iterasi Satu yang diturunkan pada tahap QFD Iterasi Dua. Pengembangan konsep terdiri atas dua tahapan, yaitu penentuan konsep dan tahap pemilihan konsep. Dalam penentuan konsep akan menghasilkan beberapa konsep yang akan diseleksi yang didapatkan melalui pengumpulan konsep internal dan konsep eksternal. Pada pemilihan konsep dilakukan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk melakukan perbaikan. Pemilihan konsep menggunakan metode *decision matrices* (matriks keputusan) [3]. Dalam pemilihan konsep dilakukan dua tahap yaitu konsep penyaringan (*screening concept*) dan konsep penilaian (*scoring concept*)

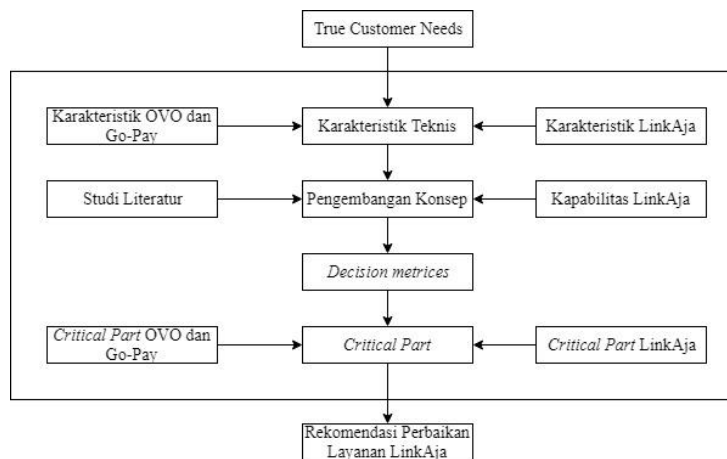
2.4 QFD Iterasi Dua

QFD Iterasi Dua biasa disebut sebagai *Part Deployment*. Pada proses perancangan dan pengembangan produk, matriks *Part Deployment* termasuk ke dalam tahap perencanaan komponen. Pada QFD Iterasi Dua tahap yang dilakukan adalah menyusun matriks perencanaan, menentukan *critical part*, menyusun matriks hubungan antara *Critical Part* dengan karakteristik teknis serta penentuan matriks teknis.



Gambar 4. Matriks *Part Deployment*
(Sumber: Cohen, 1999)

3. Metodologi Penelitian



Gambar 5. Model Konseptual

Tahap pertama adalah memperoleh *True Customer Needs* (TCN) yang didapatkan dari penelitian sebelumnya menggunakan metode Kano. Selain memperoleh TCN, penelitian sebelumnya menghasilkan *output* Nilai Kepuasan Pelanggan (NKP) dan Kategori Kano yang digunakan untuk mencari nilai *adjusted importance*. Langkah selanjutnya merancang karakteristik teknis dengan cara membandingkan kapabilitas eksisting (LinkAja) dengan kompetitor (OVO dan Go-Pay) pada QFD Iterasi Satu.

Tahap kedua adalah tahap pengembangan konsep yang terdiri dari dua tahap, yaitu penentuan konsep dan pemilihan konsep. Pengembangan konsep dilakukan dengan cara mempelajari teori-teori pendukung yang didapatkan dari buku, jurnal, ataupun artikel. Setiap konsep yang dikembangkan selanjutnya dipilih berdasarkan pemberian bobot dengan metode *decision matrices*. Tahap yang dilakukan pada pemilihan konsep adalah tahap penyaringan dan penilaian.

Tahap ketiga adalah QFD Iterasi Dua yang bertujuan untuk mendapatkan *output critical part*. *Critical part* diperoleh melalui kombinasi antara karakteristik teknis pada QFD Iterasi Satu dengan hasil pengembangan konsep yang telah ditentukan sebelumnya. Langkah selanjutnya yaitu menentukan prioritas *critical part* dengan memperhatikan kemampuan perusahaan dan kompetitor yang akan menjadi rekomendasi untuk LinkAja serta merupakan *output* dari hasil penelitian ini.

4. Pembahasan

Tahap pertama adalah mendapatkan data *input* yang diperoleh berdasarkan penelitian sebelumnya dengan menggunakan Model Kano. Hasil yang didapatkan adalah data TCN serta dengan NKP dan Kategori Kano.

Tabel 2. Data TCN, NKP dan Kategori Kano

No	Kode True Customer Needs	NKP	Kategori Kano
1	LinkAja mempunyai citra yang dapat dipercaya	-0,504	A
2	Customer Service mampu menjawab pertanyaan dari pelanggan	-0,664	M
3	Customer Service cepat tanggap dalam melayani pelanggan	-0,860	O
4	Penawaran yang diberikan benar pada setiap promo	-0,515	M
5	Penawaran yang diberikan jelas sesuai dengan ketentuan promo	-0,628	A
6	Aplikasi LinkAja mudah saat diakses	0,144	A
7	Navigasi fitur pada aplikasi LinkAja mudah ditemukan	-0,373	M

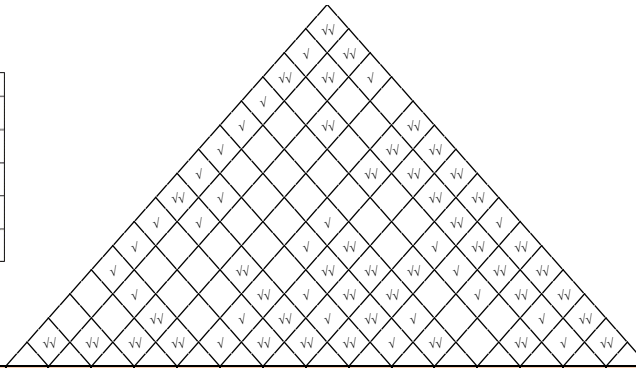
Tabel 2. Data TCN, NKP dan Kategori Kano (Lanjutan)

No	Kode <i>True Customer Needs</i>	NKP	Kategori Kano
8	Navigasi fitur pada aplikasi LinkAja jelas	-0,544	A
9	Menu informasi pada LinkAja lengkap	0,028	A
10	Informasi pada isi konten pada aplikasi LinkAja tepat	-1,15	M
11	Aplikasi LinkAja memberikan notifikasi setelah bertransaksi	0	A
12	Aplikasi LinkAja menjamin keamanan data pribadi pelanggan	-0,775	O
13	Aplikasi LinkAja menjamin pelanggan agar tidak tertipu atau rugi saat bertransaksi	-0,258	A
14	Fitur yang terdapat pada aplikasi LinkAja sesuai dengan pengelompokkan kebutuhan pelanggan	-0,114	A

Karakteristik teknis didapatkan dari hasil identifikasi 14 TCN dengan cara diskusi dengan pihak LinkAja dan melihat karakteristik teknis yang dimiliki oleh kompetitor yaitu OVO dan Go-Pay. Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan matriks HoQ yang dapat dilihat pada Gambar 6. Hasil identifikasi tersebut didapatkan lima belas karakteristik teknis dan delapan prioritas perbaikan karakteristik teknis. Karakteristik teknis yang diprioritaskan adalah Sistem Keamanan, Tahapan Login, Jenis ketersediaan *Contact Person/Customer Service*, Varian promo, varian informasi yang ditampilkan, Varian konten yang ditampilkan, Varian fitur yang ditampilkan dan Tahapan mekanisme pembayaran.

Karakteristik teknis prioritas yang telah didapatkan kemudian dijadikan acuan dalam pembuatan alternatif konsep. Penentuan konsep dilakukan dengan cara konsep internal dan eksternal. Penentuan konsep dengan konsep internal melalui *brainstorming* dengan pihak LinkAja, sedangkan konsep eksternal didapatkan dengan studi literatur serta *benchmarking* karakteristik teknis dengan kompetitor yaitu OVO dan Go-Pay. Langkah selanjutnya, memberikan nilai terhadap konsep-konsep yang telah ditentukan berdasarkan diskusi dengan pihak LinkAja. Matriks *scoring* dan matriks *scoring* dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4. Konsep A merupakan konsep eksisting dari LinkAja. Konsep B merupakan konsep yang perlu ditingkatkan yang didapatkan dari kondisi eksisting kompetitor. Konsep C merupakan konsep gabungan yang berasal dari hasil diskusi dan komparasi dengan kompetitor.

Simbol	Arti
√√	Strong positive impact
√	Moderate positive impact
Blank	No impact
X	Moderate negative impact
xx	Strong negative impact



Direction of Goodness		MTB	TB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	TB	MTB	MTB	TB	TB	MTB	TB	Adjusted Importance Percentage		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15	
Karakteristik Teknis	True Customer Needs	Sistem Keamanan																
		Tahapan Login																
		Standar Layanan Customer Service Online																
		Jam kerja Customer Service																
		Jenis Ketersediaan Contact Person/Customer Service																
		Varian Promo																
		Varian kategori merchant yang terlibat																
		Design Aplikasi																
		Pilihan bahasa																
		Varian informasi yang ditampilkan																
		Varian Konten yang Ditampilkan																
		Jangka waktu tampilan historis transaksi																
		Tahapan Mekanisme Pembayaran																
		Varian Fitur yang ditampilkan																
		Kecepatan jaringan internet																
1	LinkAja mempunyai citra yang dapat dipercaya	9	9			3						3	9			0,136		
2	Customer service mampu menjawab pertanyaan dari pelanggan			9	9	9								9		0,045		
3	Customer Service cepat tanggap dalam melayani pelanggan			9	9	9										0,116		
4	Penawaran yang diberikan benar pada setiap promo					9	3				9					0,035		
5	Penawaran yang diberikan jelas sesuai dengan ketentuan promo					9	3				9					0,169		
6	Aplikasi LinkAja mudah saat diakses							9	3					9	9	0,039		
7	Navigasi fitur pada aplikasi LinkAja mudah ditemukan							9						9		0,025		
8	Navigasi fitur pada aplikasi LinkAja jelas							9	3		9			3		0,147		
9	Fitur informasi pada aplikasi LinkAja jelas							9	3	9				3		0,008		
10	Informasi pada isi konten aplikasi LinkAja lengkap							9		9						0,077		
11	Aplikasi LinkAja memberikan notifikasi setelah bertransaksi	9										3	9	3	9	0,000		
12	Aplikasi LinkAja menjamin keamanan data pribadi pelanggan	9										0	0	0	0	0,104		
13	Aplikasi LinkAja menjamin pelanggan agar tidak tertipu atau rugi saat bertransaksi	9										9	9	3	3	0,069		
14	Fitur yang terdapat pada aplikasi LinkAja sesuai dengan pengelompokan kebutuhan pelanggan	0,63						3			3			9		0,031		
Probability		3	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	3		
Satuan		Elemen	Tahap	Elemen	Jam	Jenis	Jenis	Kategori	Elemen	Jenis	Jenis	Elemen	Tahun	Tahap	Jenis	Kbps		
Current Situation		1	5	6	24	3	3	13	5	2	2	4	1	4	12	100		
Competitive Benchmark I		2	5	6	24	2	4	12	4	1	5	2	1	4	8	100		
Competitive Benchmark II		1	2	6	24	4	3	5	4	2	2	3	1	5	12	100		
Target		2	6	6	24	5	5	13	5	2	5	6	1	4	13	100		
Column Weight		2,79	1,22	1,44	1,44	1,85	1,83	0,61	1,99	0,62	0,72	4,01	1,03	1,85	1,92	0,56	23,895	
Percentage Column Weight		11,66%	5,11%	6,05%	6,05%	7,75%	7,68%	2,56%	8,31%	2,61%	3,01%	16,78%	4,32%	7,73%	8,05%	2,33%		
Ranking		2	10	8	8	5	7	14	3	13	12	1	11	6	4	15		

Gambar 6. QFD Iterasi Satu

Tabel 3. Matriks Penilaian Konsep *Screening*

Kriteria Seleksi	Konsep A	Konsep B	Konsep C
Efektivitas	0	+	+
Efisiensi	0	0	+
Kelayakan	0	+	+
Kemudahan untuk direalisasikan	0	+	+
Perkiraan kebutuhan biaya	0	-	-
Jumlah +	0	3	4
Jumlah 0	5	1	0
Jumlah -	0	1	1
Total	0	2	3
Peringkat	3	2	1
Lanjutkan	Tidak	Ya	Ya

Tabel 4. Matriks Penilaian Konsep *Scoring*

		<i>Concepts</i>			
		<i>B</i>		<i>C</i>	
<i>Selection Criteria</i>	<i>Weight</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted Score</i>	<i>Rating</i>	<i>Weighted Score</i>
Efektivitas	43%	3	1,28541189	4	1,7138825
Efisiensi	15%	4	0,58211325	4	0,5821132
Kelayakan	21%	3	0,6382078	4	0,8509437
Kemudahan untuk direalisasikan	7%	5	0,33956606	4	0,2716528
Perkiraan kebutuhan biaya	15%	2	0,29070383	2	0,2907038
<i>total weighted score</i>		3,136002822		3,709296172	
<i>Rank</i>		2		1	
<i>Continue?</i>		Tidak		Ya	

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat konsep yang terpilih adalah Konsep C untuk dikembangkan lebih lanjut karena memiliki *ranking* tertinggi dibandingkan konsep lainnya. Konsep yang terpilih kemudian diidentifikasi untuk menghasilkan *critical part* pada QFD Iterasi Dua.

<i>Direction of Goodness</i>		TB	TB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	<i>Percentage Column Weight</i>
Karakteristik Teknis	<i>Critical Part</i>	Jenis Sistem Keamanan	Tahapan login	Jenis social media	Metode Menghubungi Customer Service	Waktu kerja admin	Jenis promo	Frekuensi Promo	Jangka waktu promo	Jenis informasi yang ditampilkan	Frekuensi informasi yang ditampilkan	Jenis konten aplikasi	Frekuensi update konten	Jenis Fitur aplikasi	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	Sistem Keamanan	9	9		3										0,117
		1,049	1,05		0,349814										
2	Tahapan Login	9	9		3									3	0,051
		0,46	0,46		0,153377									0,15	
3	Jenis Ketersediaan Contact Person/Customer Service			9	9	9								3	0,077
				0,7	0,697499	0,7								0,23	
4	Varian Promo						9	9	9			1	3		0,077
							0,69	0,69	0,69			0,08	0,23		
5	Varian informasi yang ditampilkan									9	9	1	3		0,030
										0,271	0,271	0,03	0,09		
6	Varian Konten yang Ditampilkan											9	9		0,168
												1,51	1,51		
7	Varian Fitur yang ditampilkan													9	0,081
														0,72	
<i>Probability</i>		3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	
<i>Satuan</i>		Jenis	Tahap	Jenis	Metode	Jam	Jenis	Kali/bulan	Bulan	Jenis	Kali/bulan	Jenis	Kali/Bulan	Jenis	
<i>Current Situation</i>		1	5	5	3	0	3	1	8	2	1	4	1	12	
<i>Competitive Benchmark I</i>		2	5	3	2	0	4	1	7	5	1	2	1	8	
<i>Competitive Benchmark II</i>		1	2	5	4	24	3	1	1	2	1	3	4	12	
<i>Target</i>		2	6	6	5	24	5	1	8	5	1	6	4	13	
<i>Column Weight</i>		1,51	1,5	0,7	1,20069	0,7	0,7	0,7	0,7	0,271	0,271	1,6	1,8	1,1	12,78817
<i>Percentage Column Weight</i>		11,80%	11,80%	5,45%	9,39%	5,45%	5,40%	5,40%	5,40%	2,12%	2,12%	12,65%	14,32%	8,69%	
<i>Ranking</i>		3	3	7	5	7	9	9	9	12	12	2	1	6	

Gambar 7. QFD Iterasi Dua

Hasil identifikasi tersebut didapatkan empat belas *critical part* dan sebelas prioritas *critical part*. *Critical part* yang diprioritaskan adalah Frekuensi *update* konten, tahapan pembayaran, jenis konten aplikasi, jenis sistem keamanan, metode menghubungi, jenis fitur aplikasi, tahapan login, jenis *social media*, waktu kerja admin, jenis promo dan jenis informasi yang ditampilkan.

5. Kesimpulan

Dari Penelitian kali ini kesimpulan yang dihasilkan berupa tujuh prioritas karakteristik teknis dari lima belas karakteristik teknis. Berdasarkan delapan prioritas karakteristik teknis yang diolah menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) didapatkan sepuluh prioritas *critical part* dari tiga belas *critical part*. Pengembangan kualitas layanan LinkAja dilakukan dengan pemberian rekomendasi akhir agar dapat mencapai target yang telah ditentukan. Terdapat sebelas rekomendasi, yaitu menambahkan jenis keamanan, menambahkan tahapan login, menambah *social media*, menambah metode menghubungi contact person/customer service, menambah waktu kerja admin, menambah jenis promo, menambah jenis konten aplikasi menambah frekuensi *update* konten dan menambah jenis fitur aplikasi.

Daftar Pustaka

- [1] Akao, Y. (1996). *An introduction to quality function deployment*, in Akao, Y. (Ed.), *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design*, Productivity Press, Cambridge, MA.
- [2] Cohen, L. (1999). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Massachusetts: Addison Wesley Publishing Company.
- [3] Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D. (2012). *Product Design and Development: Fifth Edition*. McGraw-Hill.
- [4] Bossert, J., L. (1991). *Quality Function Deployment*, ASQC Quality Press, United States of America
- [5] Kuo, H. & Chen, C. (2011). Application of Quality Function Deployment to Improve the Quality of Internet Shopping Website Interface Design. *International Journal of Innovative Computing, Information and Control*, 7(1), 253-268.

