

PERANCANGAN PENINGKATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN USAHA HANS MENGGUNAKAN *METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*

DESIGN OF SERVICE IMPROVEMENT TO HANS BUSINESS CUSTOMER SATISFACTION USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD

Andhymurti Timur H. Bobby Hera Sagita

Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri Telkom

andhymurti@student.telkomuniversity.ac.id,

bobyhs@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Usaha Hans merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pangan yang berada di desa pecangaan kabupaten Jepara. Produk yang di tawarkan usaha hans ialah beras Dlanggu. Saat ini usaha hans mengalami penurunan kualitas pelayanan, hal ini dapat dilihat dari penurunan jumlah pelanggan pada 8 bulan terakhir dan adanya komplain dari pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan terhadap kualitas pelayanan usaha hans dengan menggunakan metode QFD. Dengan menggunakan servqual yang merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang telah diterimanya yakni dengan membandingkan tingkat persepsi dan tingkat ekspektasinya. Servqual menilai kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas yaitu empathy, assurance, reliability, responsiveness, dan tangibles.

Atribut kebutuhan diperoleh dari hasil wawancara kemudian hasil wawancara tersebut diterjemahkan kedalam atribut-atribut kebutuhan. Maka diperoleh 14 atribut kebutuhan berdasarkan dimensi servqual. Terdapat 3 usulan yang paling prioritas berdasarkan ranking perhitungan HOQ yang perlu dilakukan perbaikan monitoring owner, training pegawai, jenis atribut.

Kata kunci : *QFD, SERVQUAL, HOQ, kepuasan pelanggan*

Abstract

Hans enterprise is a business that concern with nourishment located in Pecangaan Village Jepara District. This enterprise offers a "Beras Dlanggu" product. In the present Hans enterprise has decreased their quality service, this was showed by the degradation of the buyer in the last eight months and received complain from them.

This research aimed to propose increasing quality service of Hans enterprise with the QFD method. By using servqual, one of the methods that used to measure the satisfaction of the customer with service given and compare their perspective level and expectation level. Servqual measures service quality based on five dimensions such as empathy, assurance, reliability, responsiveness, and tangibles.

Needs attribute reached based on interview and the result of the interview was translate to needs attribute. In the end, 14 needs attribute was received based on servqual dimensions. There are three proposed priorities based on the ranking of HOQ calculation that needs to increase such as increasing owner monitoring, staff trainee, and attribute types.

Keywords: *QFD, SERVQUAL, HOQ, and customer satisfaction*

1. Pendahuluan

Salah satu bidang usaha yang mengalami perkembangan adalah dibidang pangan, salah satunya adalah beras. Ketersediaan pangan di jepara secara umum mengalami surplus, hal ini dilihat dari jumlah produksi beras dan kebutuhan pangan. Menurut Sekda Jepara Ir. Sholih MM, dalam rapat koordinasi teknis dewan ketahanan pangan kabupaten Jepara tanggal 15 mei 2018 mengatakan "jumlah produksi beras tahun 2017, sebesar 155.861 ton, dengan kebutuhan sebesar 113.956,9 ton. Sehingga mengalami surplus sebesar 41.904 ton. Pasokan pangan Ini, harus mampu menjangkau seluruh wilayah, dah harus dibarengi distribusi agar tidak terjadi gejolak harga". Beras saat ini merupakan bahan baku untuk membuat nasi yang merupakan makanan pokok orang Indonesia.

Usaha Hans merupakan agen beras Delanggu yang berada di Desa Pecangaan Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Produk dari Hans adalah beras Delanggu dengan variasi beras mentik wangi dan beras kepala super. . Penjualan produk usaha hans dijual di koperasi Adil dan serta melayani penjualan di rumah. Jumlah pelanggan meningkat selama lima bulan pertama dengan keuntungan yang memuaskan. Namun, pada bulan juni hingga agustus mengalami penurunan jumlah pelanggan. Banyaknya keluhan serta masukan dari pelanggan akhirnya usaha Hans melakukan wawancara terhadap beberapa pelanggan dengan menerima keluhan mengenai kualitas layanan. Oleh karena itu usaha Hans perlu memperbaiki serta meningkatkan kualitas pelayanan agar menjadi pelayanan yang unggulan dibandingkan dengan produk pesaing. Berikut adalah penjualan usaha hans dari bulan Januari – Agustus 2019 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.1 Penjualan usaha Hans selama 8 bulan
Sumber: Usaha Hans

No.	Bulan	Jumlah Produk Terjual (Kg)
1	Januari 2019	500
2	Febuari 2019	650
3	Maret 2019	710
4	April 2019	750
5.	Mei 2019	900
6	Juni 2019	800
7	Juli 2019	750
8	Agustus 2019	730

Hal ini menjadi salah satu tugas yang sangat penting bagi pemilik usaha Hans dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengatsai persaingan dengan kompetitor lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pemilihan suatu produk atau jasa serta apa saja atribut yang diprioritaskan, adalah metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Hans Menggunakan metode *quality function deployment*”

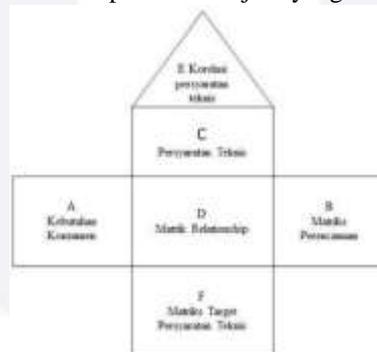
2. Tinjauan Pustaka

2.2 Pengertian *Quality Function Deployment*

Quality Function Deployment (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 (Cohen, 1999). Selain itu, QFD juga merupakan salah satu cara untuk mengetahui keinginan konsumen kemudian dihubungkan ke dalam karakteristik teknis (Ginting, 2010).

2.3 *House Of Quality*

House of Quality (HOQ) merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi *Quality Function Deployment*. Secara garis besar matriks ini adalah upaya untuk mengkonversi voice of costumer secara langsung terhadap persyaratan teknis atau spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang dihasilkan.



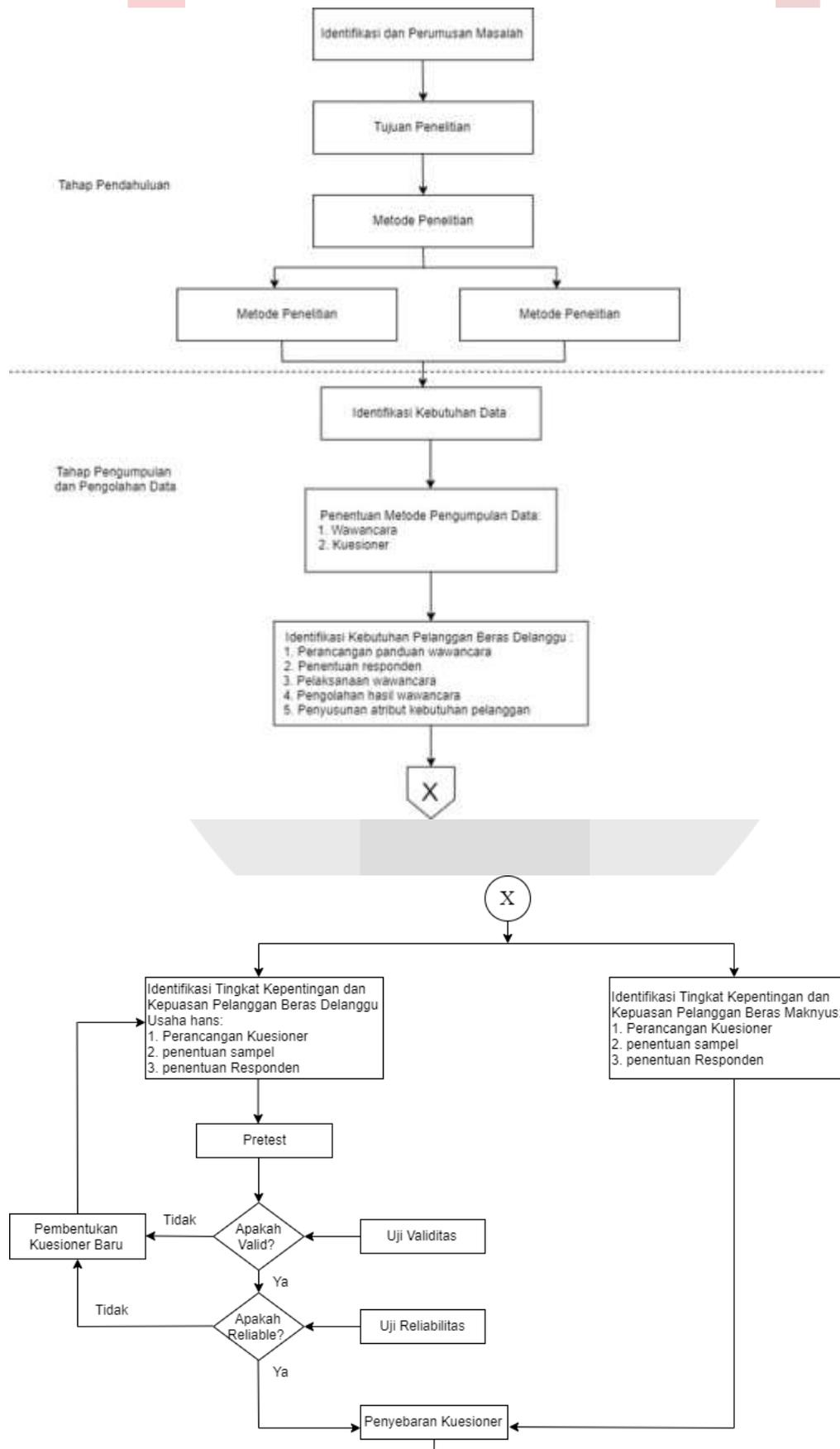
Gambar 1. HOQ

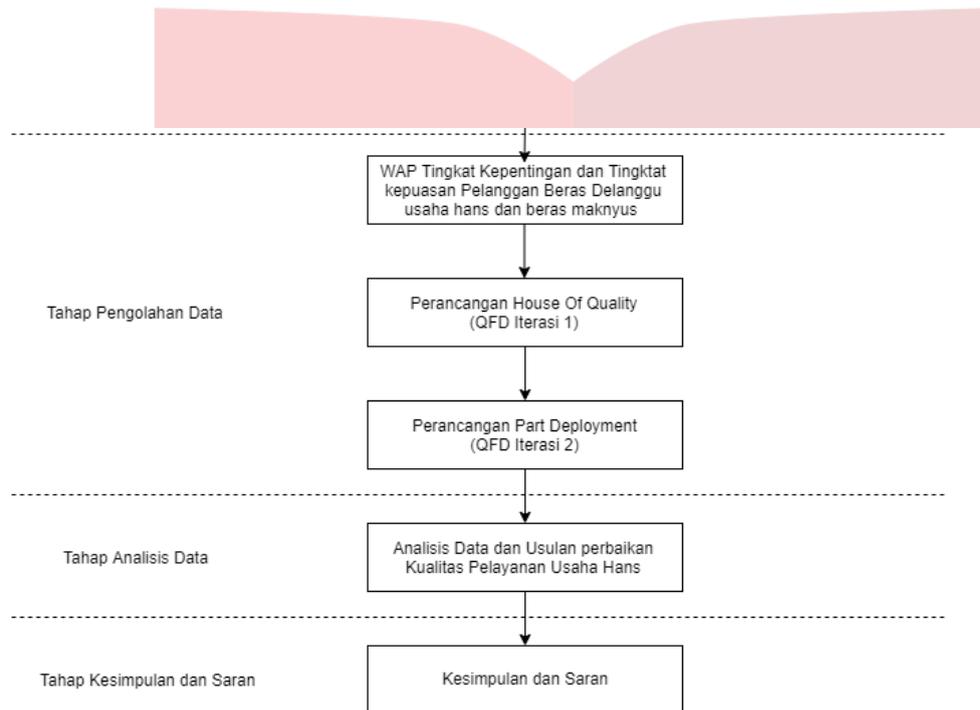
2.4 *Service Quality*

Menurut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Menurut (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 2008) juga menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa

3. Metode Pemecahan Masalah

Berikut merupakan sistematika pemecahan masalah yang digunakan dalam penelitian ini :





Gambar 2. Sistematika Pemecahan Masalah

4. Pembahasan

4.1 Penerapan Quality Function Development

1. Wawancara (*Customer Needs*)

Proses pengidentifikasian customer needs dari pelanggan usaha hans dilakukan melalui proses wawancara secara langsung terhadap pelanggan usahan hans kemudian dari hasil wawancara tersebut didapatkan sebagai atribut kebutuhan guna proses perbaikan pelayanan kualitas di usaha hans.

Tabel 2. Atribut Kebutuhan

NO	DIMENSI SERVQUAL	ATRIBUT KEBUTUHAN
1	<i>Tangibels</i>	Kerapian pegawai
2		Ketersediaan menu
3		Lokasi toko yang strategis
4		Kebersihan toko
5	<i>Reliability</i>	Kejelasan Pegawai dalam menyampaikan informasi
6		Porsi yang sesuai
7		Kesesuaian Transaksi
8		Rasa yang sesuai
9	<i>Responsiveness</i>	Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan
10		Cepat dan tanggap melayani pelanggan
11	<i>Assurance</i>	Jaminan kebersihan produk
12		Ramah terhadap pelanggan
13	<i>Emphaty</i>	Pesanan yang sesuai
14		Komunikatif terhadap pelanggan

2. Penentuan Goal

Penentuan goal setiap atribut kebutuhan yang dicapai ditentukan dengan membandingkan nilai terbaik customer satisfaction perusahaan dengan pesaing. Berikut tabel penentuan nilai goal:

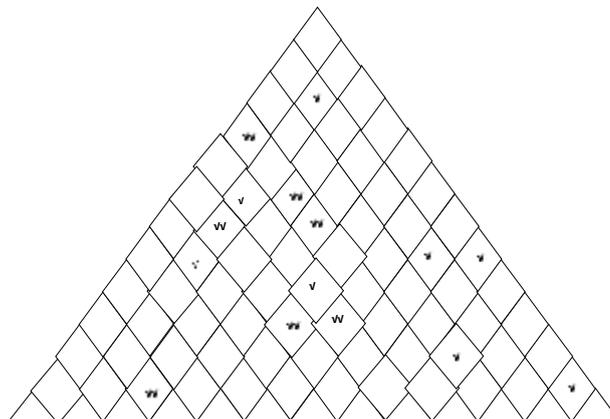
Tabel 3. Goal

No	Atribut	Customer Satisfication Performance Usaha Hans	Customer Satisfication Performance Usaha Maknyus	Goal
1	Kerapian pegawai	3.03	3.18	3.18
2	Ketersediaan menu	3.04	3.32	3.32
3	Lokasi toko yang strategis	2.92	3.27	3.27
4	Kebersihan toko	3.03	3.25	3.25
5	Kejelasan Pegawai dalam menyampaikan informasi	2.97	3.12	3.12
6	Porsi yang sesuai	2.97	3.04	3.04
7	Kesesuaian Transaksi	2.95	3.17	3.17
8	Rasa yang sesuai	3.16	3.04	3.16
9	Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	3	3.05	3.05
10	Cepat dan tanggap melayani pelanggan	3.08	3.35	3.35
11	Jaminan kebersihan produk	3.01	3.26	3.26
12	Ramah terhadap pelanggan	3.02	3.15	3.15
13	Pesanan yang sesuai	3.15	3.36	3.36
14	Komunikatif terhadap pelanggan	3.06	3.07	3.07

3. HOQ

3.1 Hubungan antar karakteristik teknis

Pada tahap pengidentifikasian hubungan antar karakteristik teknis tujuannya untuk mengetahui apakah dengan pemenuhan target satu karakteristik teknis mempengaruhi karakteristik lainnya. Hubungan antar karakteristik teknis ditentukan oleh simbol-simbol sebagai berikut:



3.2 Interaksi metric

Pada tahap ini dilakukan perhitungan untuk mencari nilai kontribusi, normalisasi kontribusi, dan pemberian ranking. Nilai kontribusi yang diperoleh berdasarkan karakteristik teknis yang menunjukkan seberapa besar pengaruh pemenuhan karakteristik teknis tersebut terhadap kepuasan customer. Berikut rumus perhitungan kontribusi dan normalisasi kontribusi:

$$\text{Kontribusi} = \sum[(\text{nilai hubungan keterkaitan}) \times (\text{normalisasi raw weight})]$$

$$\text{Normalisasi kontribusi} = \text{kontribusi} / \text{nilai total kontribusi.}$$

Nilai Ranking diperoleh dari nilai normalisasi kontribusi dari yang terbesar hingga nilai normalisasi kontribusi yang terkecil.

Tabel.3.1 HOQ

<i>Direction of Goodness</i>		MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	TB	TB	MTB	TB	TB	MTB	TB	MTB
<i>Needs Statement</i>	<i>Metric</i>	Kelengkapan atribut yang dipakai	Kelengkapan menu	Penentuan lokasi	Seberapa sering pembersihan toko	Tata cara komunikasi	Ketepatan porsi	Kesesuaian rasa	penyampaian informasi menu terhadap pelanggan	Jumlah respon keluhan pelanggan	Produk bersih	Standar perilaku kesopanan pegawai	Kesesuaian pesanan	Waktu merespon pelanggan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Kerapian pegawai		9	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0
		0.621	0	0	0	0	0	0	0	0.207	0	0.207	0	0
Ketersediaan menu		0	9	0	0	0	0	0	9	3	0	0	9	0
		0	0.675	0	0	0	0	0	0.675	0.225	0	0	0.675	0
Lokasi toko yang strategis		0	0	9	3	0	0	0	0	1	1	0	0	0
		0	0	0.711	0.237	0	0	0	0	0.079	0.079	0	0	0
Kebersihan toko		0	0	9	9	9	0	9	0	0	9	9	0	0
		0	0	0.648	0.648	0.648	0	0.648	0	0	0.648	0.648	0	0
Kejelasan Pegawai dalam menyampaikan informasi		0	3	0	9	9	0	0	9	3	0	9	0	0
		0	0.21	0	0.63	0.63	0	0	0.63	0.21	0	0.63	0	0
Porsi yang sesuai		0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0.612	0	0	0	0	0	0	0
Kesesuaian Transaksi		0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0
		0	0.657	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.657	0
Rasa yang sesuai		0	3	0	0	0	0	9	0	0	0	0	9	0
		0	0.204	0	0	0	0	0.612	0	0	0	0	0.612	0
Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan		0	0	0	0	3	0	0	0	9	0	0	0	9
		0	0	0	0	0.207	0	0	0	0.621	0	0	0	0.621
Cepat dan tanggap melayani pelanggan		0	0	0	0	3	0	0	3	0	0	0	0	9
		0	0	0	0	0.219	0	0	0.219	0	0	0	0	0.657
Jaminan kebersihan produk		0	0	3	9	0	0	0	0	0	9	0	0	0
		0	0	0.213	0.639	0	0	0	0	0	0.639	0	0	0
Ramah terhadap pelanggan		0	0	0	0	0	0	0	9	1	0	9	0	3
		0	0	0	0	0	0	0	0.63	0.07	0	0.63	0	0.21
Pesanan yang sesuai		0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	9	0
		0	0.072	0	0	0.072	0.072	0.072	0	0	0	0	0.648	0
Komunikatif terhadap pelanggan		0	0	9	0	3	3	1	0	1	0	3	0	9
		0	0	0.585	0	0.195	0.195	0.065	0	0.065	0	0.195	0	0.585
satuan		binary	binary	list	kali per minggu	subjektif	kg	subjektif	binary	per ming	binary	list	list	menit
Target / Value		Optimal	Optimal	List	3	Optimal	Subjektif	Subjektif	Lengkap	5	Optimal	list	list	2
Kontribusi		0.621	1.818	2.157	2.154	1.971	0.879	1.397	2.154	1.477	1.366	2.31	2.592	2.073
Normalisasi Kontribusi		0.351474	1.028952	1.220819	1.219121	1.115547	0.497497	0.790674	1.219121	0.835953	0.773129	1.307414	1.467021	1.173277
Ranking		13	8	3	4	7	12	10	4	9	11	2	1	6

Tabel.3.2 HOQ

<i>Customer satisfaction performance</i>	<i>Importance to customers</i>	<i>Goal</i>	<i>Improvement ratio</i>	<i>Sales point</i>	<i>Raw weight</i>	<i>Normalized raw weight</i>
3.03	3.07	3.18	1.05	1.50	4.83	0.07
3.04	3.20	3.32	1.09	1.50	5.23	0.08
2.92	3.07	3.27	1.20	1.50	5.52	0.08
3.03	3.12	3.25	1.07	1.50	5.01	0.07
2.97	3.08	3.12	1.05	1.50	4.85	0.07
2.97	3.08	3.04	1.02	1.50	4.71	0.07
2.95	3.18	3.17	1.07	1.50	5.10	0.07
3.16	3.14	3.16	1.00	1.50	4.71	0.07
3.00	3.16	3.05	1.02	1.50	4.83	0.07
3.08	3.09	3.35	1.09	1.5	5.05	0.07
3.01	3.03	3.26	1.08	1.5	4.91	0.07
3.02	3.12	3.15	1.04	1.5	4.87	0.07
3.15	3.13	3.36	1.07	1.50	5.02	0.07
3.06	3.02	3.07	1.00	1.50	4.54	0.07

4. Part Deployment (QFD iterasi II)

4.1 .Identifikasi Critical Part

Hasil pemecahan karakteristik teknis yang diperoleh dari hasil pengolahan iterasi I QFD yang bersesuaian dengan karakteristik teknis yaitu *critical part*. *Critical part* diperoleh dengan melakukan diskusi dengan pihak manajemen usaha hans. Berikut adalah hasil *critical part* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4 Critical Part

NO	<i>Critical Part</i>
1	Cakupan area
2	Waktu rata-rata pelayanan
3	Bahasa yang digunakan
4	Perawatan Toko
5	Jenis atribut
6	Varian rasa
7	Trainig pegawai
8	Monitoring owner
9	Varian menu

4.2 Analisis part deployment

Part deployment merupakan QFD iterasi kedua. Pada part deployment berisi critical part yang diperoleh dari hasil pemecahan karakteristik teknis pada QFD iterasi pertama. Perhitungan nilai kontribusi ini bertujuan untuk memprioritaskan *critical part* yang perlu dilakukan pengembangan. Pengembangan ini dapat menjadi dasar perbaikan kualitas pelayanan usaha hans dengan melihat pada nilai kontribusi terbesar.

Tabel 5. Part Deployment

Part Spesifikasi		Cakupan area	Waktu rata-rata pelayanan	Bahasa yang digunakan	Perawatan Toko	Jenis atribut	Varian rasa	Training pegawai	Monitoring owner	Varian menu	Normalisasi Kontribusi	
												Metrik
Metrik	Value	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9		
1	Kelengkapan atribut yang dipakai	alas kaki, sarung tangan	0	0	0	1	9	0	1	0	0	0.069
		-	-	-	0.07	0.62	-	0.07	-	-	-	
2	kelengkapan menu	optimal	0	0	0	0	0	3	0	0	9	0.075
		-	-	-	-	-	0.23	-	-	-	0.68	
3	penentuan lokasi	list	9	1	0	3	0	0	0	1	0	0.079
		0.71	0.08	-	0.24	-	-	-	0.08	-	-	
4	seberapa sering pembersihan toko	3	3	0	0	9	0	9	0	1	0	0.072
		0.22	-	-	0.65	-	0.65	-	0.07	-	-	
5	Tata cara komunikasi	optimal	0	1	9	0	0	0	3	0	0	0.070
		-	0.07	0.63	-	-	-	0.21	-	-	-	
6	ketepatan porsi	optimal	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.068
		-	-	-	-	-	0.07	-	-	-	0.07	
7	kesesuaian rasa	subjektif	0	0	0	0	0	9	0	0	3	0.068
		-	-	-	-	-	0.61	-	-	-	0.20	
8	penyampaian informasi menu terhadap pelanggan	lengkap	0	3	9	0	0	1	1	0	9	0.070
		-	0.21	0.63	-	-	0.07	0.07	-	-	0.63	
9	jumlah respon keluhan pelanggan	2	0	3	1	0	0	0	1	0	0	0.069
		-	0.21	0.07	-	-	-	0.07	-	-	-	
10	produk bersih	optimal	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0.071
		-	-	-	0.21	-	-	-	-	-	-	
11	standar perilaku kesopanan pegawai	list	0	1	9	0	0	0	1	0	0	0.070
		-	0.07	0.63	-	-	-	0.07	-	-	-	
12	kesesuaian pesanan	list	0	1	1	0	0	3	0	0	9	0.072
		-	0.07	0.07	-	-	0.22	-	-	-	0.65	
13	waktu merespon pelanggan	2 menit	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0.065
		-	0.20	0.07	-	-	-	-	-	-	-	
Tingkat Kesulitan		3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	
Target		list	3 menit	onesia dan b	1	ki dan sarung	subjektif	ada	2	optimal		
Kontribusi		0.93	0.90	2.10	1.17	0.62	1.84	0.49	0.15	2.23		10.42
Normalisasi Kontribusi		0.089	0.087	0.201	0.112	0.060	0.177	0.047	0.014	0.214		
Rank		5	6	2	4	7	3	8	9	1		

Berdasarkan hasil ranking dari nilai kontribusi dan pemenuhan target maka *critical part* yang akan dikembangkan adalah *critical part* yang belum memenuhi target. *Critical part* yang terpilih sebanyak 9 atribut dan yang belum memenuhi target ada 3 atribut. Berikut merupakan tabel *ranking critical part*:

Tabel. 6 Ranking *critical part*

No	Critical Part	Target
1	Varian menu	Target Terpenuhi
2	Bahasa yang digunakan	Target Terpenuhi
3	Varian rasa	Target Terpenuhi
4	Perawatan toko	Target Terpenuhi
5	Cakupan area	Target Terpenuhi
6	Waktu rata-rata pelayanan	Target Terpenuhi
7	Jenis atribut	Belum Terpenuhi
8	Training pegawai	Belum Terpenuhi
9	Monitoring owner	Belum Terpenuhi

5. Rekomendasi

Hasil pengolahan data dan analisis data menunjukkan bahwa terdapat karakteristik teknis dan *critical part* pelayanan yang perlu diperbaiki. Perbaikan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam melakukan perumusan rekomendasi, langkah awal yang

dilakukan adalah dengan menentukan prioritas perbaikan pelayanan dari tiap karakteristik teknis dan critical part yang belum memenuhi target. Untuk karakteristik teknis dan critical part yang telah memenuhi target akan dipertahankan dan ditingkatkan demi keberlanjutan usaha hans. Untuk karakteristik teknis dan critical part yang belum memenuhi target akan diperbaiki.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Atribut berdasarkan hasil pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, diperoleh 14 atribut kebutuhan berdasarkan dimensi SERVQUAL.
 1. Tangibels : Kerapian pegawai, ketersediaan menu, lokasi toko yang strategis, kebersihan toko
 2. Reliability: Kejelasan pegawai dalam menyampaikan informasi, Porsi yang sesuai, kesesuaian transaksi, rasa yang sesuai.
 3. Responsiveness: Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan, cepat dan tanggap melayani pelanggan.
 4. Assurance: Jaminan kebersihan produk, ramah terhadap pelanggan.
 5. Emphaty: pesanan yang sesuai, komunikatif terhadap pelanggan
2. Berikut adalah rekomendasi yang diusulkan oleh peneliti
 1. Saat ini atribut yang dipakai pegawai dirasa kurang dikarenakan terkadang banyak pelanggan yang komplain karena produk kotor terdapat cap telapak tangan. Oleh karena itu sebaiknya pegawai menggunakan sarung tangan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan
 2. Saat ini training pegawai dirasa kurang dikarenakan masih banyak pelanggan yang komplain, oleh karena itu sebaiknya dilakukan pelatihan yang lebih sering kepada pegawai. Semakin sering pegawai di training maka semakin baik juga kualitas pelayanan yang diberikan
 3. Owner memonitoring lokasi minimal 2 kali dalam satu minggu, hal ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha dan perkembangan kinerja pegawai.
3. Usulan perbaikan karakteristik teknis untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan usaha hans yaitu:
 1. Penambahan atribut sarung tangan yang digunakan pegawai.
 2. Pembersihan toko dilakukan minimal 3 kali dalam sehari, sebelum toko dibuka, ketika tidak ada pelanggan, dan sebelum toko di tutup.
 3. Meminta pegawai untuk sigap dalam merespon keluhan yang masuk dari pelanggan sebanyak 5 kali perminggu agar dapat menjadi saran atau masukan perbaikan kualitas layanan.

Referensi

1. Aries, S., Pujotomo, D., & Rahdhiany, N. (2010). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi dengan Menggunakan Metode Gabungan Servqual, Kano Model, dan QFD Studi Kasus Program Studi Teknik Industri UNDIP. Semarang: Universitas Diponegoro.
2. Cohen, L. (1999). Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You. Addison Wesley Publishing Company.
3. Donoriyanto, D., & Dwi, S. (2009). Analisis Kualitas Pelayanan jasa Pengiriman Barang Dengan Metode SERVQUAL dan QFD di PT. Apas.
4. Ginting, R. (2010). Perancangan Produk. Yogyakarta: Graha Ilmu.
5. Mandati, S., Deoranto, P., & Dewi, S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode SERVQUAL Studi kasus di Restoran Simpang Luwe. Malang.
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2008). Delivering Quality Service:.. New York: NY.