

**PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS DENGAN
MENGGUNAKAN METODE INTEGRASI *QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD)* PADA KOS GALLANT HOUSE**

TUGAS AKHIR



Oleh:

Achmad Fathoni Adam

NIM: 1201140303

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS REKAYASA INDUSTRI

UNIVERSITAS TELKOM

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul:

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS DENGAN MENGGUNAKAN METODE INTEGRASI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* PADA KOS GALLANT HOUSE

Telah disetujui dan disahkan pada Sidang Tugas Akhir
Program Studi Strata-1 Teknik Industri
Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom

Oleh:

Achmad Fathoni Adam

1201140303

Bandung, 10 November 2020

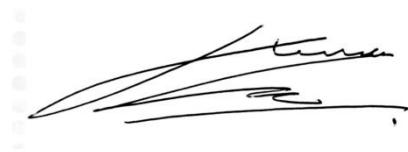
Disetujui oleh,

Pembimbing 1



Ir. Budi Praptono, M.M

Pembimbing 2



Boby Hera Sagita, S.E., M.M

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS



Nama : Achmad Fathoni Adam
NIM : 1201140303
Alamat : JL. Argopuro I No. 14 001/004, Kel.
Ketapang, Kec. Kademangan, Kota
Probolinggo
No.Telp/HP : 081336163827
Email : fathoniadam18041996@gmail.com

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya orisinal saya sendiri.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap kejujuran akademik atau etika keilmuan dalam karya ini, atau ditemukan bukti yang menunjukkan ketidakaslian karya ini.

Bandung, 10 November 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read "fathoni adam".

Achmad Fathoni Adam

ABSTRAK

Kos *Gallant House* merupakan salah satu kos yang bergerak pada bidang jasa layanan tempat tinggal sementara dengan jangka waktu yang lama yang terletak di Bandung. Sangat penting bagi setiap rumah kos memiliki keunggulan yang kompetitif. Pelayanan dan fasilitas yang dimiliki Kos *Gallant House* sampai saat ini masih banyak kekurangan atau masih belum maksimal yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti fasilitas yang disediakan dan pelayanan yang kurang memuaskan sehingga banyak keluhan yang membuat para penghuni kos merasa belum puas atas fungsi kinerja kos itu sendiri, sehingga menyebabkan target konsumen yang diinginkan pihak kos belum tercapai. Salah satu metode yang digunakan dalam meningkatkan pelayanan dan fasilitas adalah *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan metode dalam pengembangan dan perancangan yang mampu mengintegrasikan *Voice Of Customer* kedalam sebuah perancangan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rancangan tahapan perbaikan sebagai rekomendasi perbaikan terhadap fasilitas dan pelayanan berdasarkan *true customer needs*, dimana metode yang digunakan tersebut yaitu *Quality Function Deployment* (QFD). Tahapan awal yang dilakukan adalah melihat kesenjangan (*Gap*) terhadap kinerja pelayanan dan fasilitas yang disediakan terhadap keinginan konsumen. Selanjutnya kuisioner dibagikan kepada 46 responden, diperoleh 8 karakteristik teknis yang akan digunakan pada pengembangan dan penentuan konsep yang digunakan untuk memperoleh *critical part* yang dijadikan *output* dari *Quality Function Deployment* (QFD).

Pada tahap akhir terdapat 8 rekomendasi yang dirancang untuk meningkatkan performa fasilitas dan pelayanan Kos *Gallant House*. Beberapa diantaranya adalah standar fasilitas internet, standar kebersihan kos, standar waktu pelayanan dan standar ketepatan pelayanan.

Kata Kunci : QFD, HOQ, Atribut Kebutuhan, Part Deployment, Critical Part

ABSTRACT

Gallant House is one of the boarding houses which is engaged in temporary housing services with a long period of time, located in Bandung. It is very important for every boarding house to have a competitive advantage. Services and facilities that are owned by Gallant House are still lacking or still not optimal due to several factors such as the nonoptimal facilities provided and unsatisfactory service so that many complaints make boarders feel unsatisfied with the boarding house's performance function itself thus causing the target consumer desired by the boarding house has not been achieved. One of the methods used in improving services and facilities is Quality Function Deployment (QFD). Quality Function Deployment (QFD) is a method in development and design that is able to integrate Voice Of Customer into a design.

This research aims to provide a design for improvement stages as a recommendation for improvement of facilities and services based on true customer needs, where the method used is Quality Function Deployment (QFD). The early stage taken is looking at the gap (Gap) against the performance of services and facilities provided to consumer desires. Furthermore, the questionnaires were distributed to 46 respondents, obtained 8 technical characteristics that will be used in the development and determination of the concepts used to obtain critical parts which are used as the output of Quality Function Deployment (QFD).

At the final stage of this research. there are eight recommendations designed to improve the performance of the facility and services at Gallant House. Some of them are the standard of internet facilities, standard of cleanliness, standard of service time and standard of service accuracy.

Key Word : QFD, HOQ, Needs Attribute, Part Deployment, Critical Part

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terpanjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Dengan Menggunakan Metode Integrasi *Quality Function Deployment (QFD)* Pada Kos *Gallant House*”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi pada Program Studi Teknik Industri, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini saya menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Papa, Mama dan Kakak yang selalu menemani dan mendoakan penulis. Tidak ada kata selain terima kasih atas kasih sayang dan perhatiannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dr. Ir. Luciana Andrawina, M.T., selaku dosen wali yang selalu memberikan bantuan dan perhatian kepada penulis.
3. Bapak Ir. Budi Praptono, M.M., selaku dosen pembimbing satu. Terimakasih atas setiap bantuan dan kesabaran selama ini dalam mengarahkan dan memotivasi serta memberi banyak ilmu dan waktu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini
4. Bapak Boby Hera Sagita, S.E., M.M., selaku pembimbing dua yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta motivasi dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Gallant House Generasi pertama yaitu, Eko Satria, Rizqi Arya, Purba Hendryan, Dzakwan Sijabat, Vicky, Richson, Devan, Andi Fadil, Robby Kurnia, Achmad Erza, Dicky, Tegar Erlangga, Oben, Ciki, Yaris, Agung, Farizqi yang selalu membantu penulis menempuh perkuliahan selama ini.
6. Gallant House Generasi kedua yaitu, Aljoveto, Rini, Pray, Rehan, Iyeng, Jaki, Aziz yang telah membantu dan memotivasi penulis selama mengerjakan Tugas Akhir.

7. Kerabat yaitu, Ami, Acong, Ryan, Fuad, Gerry, Alan, Ishal, Henry, Eja, Rebot, Shiddiq, Pev, Nikki, Zia, Andre, Aga yang selalu mendoakan dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan kuliah.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalaman oleh penulis. Oleh karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang bersifat membangun dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Demikian yang dapat disampaikan oleh penulis. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Bandung, 10 November 2020

Achmad Fathoni Adam

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	7
Bab I Pendahuluan.....	7
Bab II Landasan Teori.....	7
Bab III Metodologi Penelitian	7
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	8
Bab V Analisis	8
Bab VI Kesimpulan dan Saran.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
II.1 Penelitian Terdahulu	9

II.2 Perbandingan Metode	10
II.3 Fasilitas	11
II.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	12
II.5 Dimensi dan Kualitas Pelayanan	12
II. 6 Kepuasan Konsumen.....	14
II.7 <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	14
II.7.1 Definisi QFD	14
II.7.2 Manfaat Metode QFD	15
II. 7.3 Keunggulan QFD	15
II.7.4 Tahapan – Tahapan Metode QFD.....	16
II.8 Weight Average Performance	23
II.9 Matriks Klein Grid.....	23
II. 10 Klarifikasi Suara Konsumen (<i>Voice of Customer</i>)	25
II.10.1 <i>Manfaat Voice of Customer</i>	26
II.11 <i>Benchmarking</i>	27
II.11.1 Tipe–tipe <i>Benchmarking</i>	27
BAB III METODOLOGI.....	29
III.1 Metodologi Penelitian.....	29
III.2 Model Konseptual	29
III.3 Sistematika Penelitian.....	32
III.3.1 Tahap Pendahuluan.....	33
III.3.1.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah	34
III.3.1.2 Tujuan Penelitian	34
III.3.1.3 Studi Literatur dan Studi Lapangan	34
III.3.2 Tahap Pengumpulan Data	35
III.3.2.2 Penentuan Metode Pengumpulan Data	37

III.3.2.3 Identifikasi Kebutuhan konsumen Terhadap Pelayanan dan Fasilitas Kos <i>Gallant House</i>	38
III.3.2.4 Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Kos <i>Gallant House</i>	39
III.3.2.5 Perancangan Kuisioner	40
III.3.2.6 Penentuan Karakteristik Responden Kuisioner	42
III.3.3 Tahap Pengolahan Data	42
III.3.3.1 Pembuatan Matriks <i>Klein Grid</i>	43
III.3.3.2 Tahap Pengolahan QFD Iterasi 1 (<i>House of Quality</i>).....	43
III.3.2.6 Pembuatan Matriks <i>Klein Grid</i>	44
III.3.3.4 Tahap Pengolahan QFD Iterasi Kedua (<i>Part Deployment</i>).....	45
III.3.4 Tahap Analisis Data.....	46
III.3.4.1 Analisis Data	46
III.3.4.2 Analisis Penyusunan Rekomendasi Perbaikan Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Konsumen Kos <i>Gallant House</i>	47
III.3.5 Tahap Hasil Pembahasan	47
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	48
IV.1 Pengumpulan Data	48
IV.1.1 Penyusunan Atribut Kebutuhan	48
IV.2 Pengolahan Hasil Kuisioner.....	49
IV.2.1 Pengkodean Atribut Kebutuhan	49
IV.3 Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	50
IV.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
IV.3.1.1 Uji Validitas	50
IV.3.1.2 Reabilitas.....	53
IV.4 Identifikasi Perhitungan WAP Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Kos <i>Gallant House</i> dan Kos 786.....	54

IV.5 Perancangan <i>House of Quality</i>	56
IV.5.1 Matriks <i>Klelin Grid</i>	56
IV.5.2 Matriks Perencanaan.....	57
IV.5.2.1 Identifikasi Karakteristik Teknis	59
IV.5.2.2 Korelasi Antar Karakteristik Teknis	61
IV.5.2.3 Penentuan Matriks Hubungan	62
IV.5.2.4 Identifikasi Tingkat kesulitan Setiap Karakteristik Teknis	63
IV.5.2.5 Perhitungan Nilai Kontribusi, Normalisasi Kontribusi dan <i>Ranking</i> ..	63
IV.5.2.6 Identifikasi <i>Technical Competitive Benchmarking</i>	64
IV.5.2.7 Penentuan <i>Ranking</i> Karakteristik Teknis.....	65
IV.5.3 Pengembangan Konsep.....	66
IV.5.3.1 Penentuan Konsep	66
IV.5.3.2 Pemilihan Konsep.....	68
IV.5.3.3 <i>Decision Matrix</i>	69
IV.6 Perancangan QFD Iterasi ke II (<i>Part Deployment</i>)	69
IV.6.1 Identifikasi <i>Critical Part</i>	69
IV.6.2 Identifikasi <i>Direction of Goodness</i> dari setiap <i>Critical Part</i>	70
IV.6.3 Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap <i>Critical Part</i>	70
IV.6.4 Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi	71
IV.6.5 Identifikasi <i>Technical Competitive Benchmarking</i>	71
IV.6.6 Penentuan <i>Ranking Critical Part</i>	72
BAB V ANALISIS	73
V.1 Analisis HOQ	73
V.1.1 Analisis Kebutuhan Kos <i>Gallant House</i>	73
V.1.2 Analisis Tingkat Kepentingan Berdasarkan Atribut Kebutuhan	74
V.1.3 Analisis Tingkat Kepuasan Berdasarkan Atribut Kebutuhan	76

V.1.4 Analisis Matriks Perencanaan	79
V.1.5 Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i> .	85
V.1.6 Analisis Hasil <i>Benchmarking</i>	88
V.1.7 Analisis Penyaringan Konsep.....	88
V.2 Analisis Part Deployment	90
V.2.1 Analisis <i>Benchmarking</i> pada <i>Critical Part</i>	90
V.3 Rekomendasi	93
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	96
VI.1 Kesimpulan	96
VI.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Grafik Mahasiswa dari Tahun 2015 – 2019.....	2
Gambar I. 2 Jumlah Mahasiswa Telkom University Domisili Luar Jawa Barat Periode 2018 – 2019	2
Gambar I. 3 Grafik Jumlah Kos di Umayah dari 2010 sampai 2015	3
Gambar I. 4 Grafik Jumlah Penghuni Kos	4
Gambar II. 1 <i>House of Quality</i>	17
Gambar II. 2 Interasi Parameter Teknis	19
Gambar II. 3 Matriks Proses QFD	20
Gambar II. 4 <i>Part Deployment</i>	22
Gambar II. 5 Matriks <i>Klein Grid</i>	24
Gambar III. 1 Model Konseptual.....	30
Gambar III. 2 Sistematika Penelitian.....	32
Gambar IV. 1 Matriks <i>Klein Grid</i>	56
Gambar IV. 2 Simbol Hubungan Karakteristik Teknis	61
Gambar IV. 3 Sampel Matriks Korelasi (<i>House of Quality</i>).....	62
Gambar IV. 4 Sampel Matriks Hubungan (<i>House of Quality</i>).....	62
Gambar V. 1 Alur Tahapan Perbaikan.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel II. 2 Perbandingan Metode QFD dengan Metode Lainnya	10
Tabel III. 1 Identifikasi Kebutuhan Data	36
Tabel Tabel III. 2 Nilai dari Tingkat Kepentingan	41
Tabel Tabel III. 3 Nilai dari Tingkat Kepuasan	42
Tabel IV. 1 Dimensi dan Atribut Kebutuhan	48
Tabel IV. 2 Pengkodean Variabel.....	50
Tabel IV. 3 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos <i>Gallant House</i>	51
Tabel IV. 4 Tingkat Kepuasan Konsumen Kos <i>Gallant House</i>	52
Tabel IV. 5 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos 786.....	52
Tabel IV. 6 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos 786.....	53
Tabel IV. 7 Uji Reliabilitas Kos <i>Gallant House</i>	53
Tabel IV. 8 Uji Reliabilitas Kos 786	54
Tabel IV. 9 WAP Pada Setiap Atribut Kebutuhan	54
Tabel IV. 10 WAP Pada Setiap Atribut Kebutuhan	55
Tabel IV. 11 Pengelompokan Matriks <i>Klein Grid</i>	57
Tabel IV. 12 Matriks Perencanaan	57
Tabel IV. 13 Karakteristik Teknis	59
Tabel IV. 14 Kategori <i>Direction of Goodness</i>	60
Tabel IV. 15 <i>Direction of Goodness</i>	61
Tabel IV. 16 Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis	63
Tabel IV. 17 Nilai Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi	64
Tabel IV. 18 <i>Technical Competitive Benchmarking</i> Karakteristik Teknis	65

Tabel IV. 19 <i>Ranking</i> setiap Karakteristik Teknis.....	66
Tabel IV. 20 Pengembangan Konsep.....	67
Tabel IV. 21 Matriks Penyaringan Konsep	69
Tabel IV. 22 <i>Critical Part</i>	70
Tabel IV. 23 <i>Direction of Goodness</i> dari setiap <i>Critical Part</i>	70
Tabel IV. 24 Tingkat Kesulitan untuk Setiap <i>Critical Part</i>	71
Tabel IV. 25 Nilai Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi setiap <i>Critical Part</i> ... <td>71</td>	71
Tabel IV. 26 <i>Technical Competitive Benchmarking</i> berdasarkan <i>Critical Part</i> ... <td>72</td>	72
Tabel IV. 27 Ranking pada Setiap Critical Part	72
Tabel V. 1 Atribut Kebutuhan	73
Tabel V. 2 Nilai WAP Tingkat Kepentingan	74
Tabel V. 3 Nilai WAP Tingkat Kepuasan.....	77
Tabel V. 4 Karakteristik Teknis dan <i>Direction of Goodness</i>	85
Tabel V. 5 Karakteristik Teknis yang Belum Terpenuhi	88
Tabel V. 6 Matriks Penyaringan Konsep	89
Tabel V. 7 Analisis <i>Benchmarking</i> pada Setiap <i>Critical Part</i>	90
Tabel V. 8 Tahapan Perbaikan <i>Critical Part</i> berdasarkan <i>Ranking</i>	93
Tabel V. 9 Rekomendasi Tahapan Perbaikan	94

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A 1.....	100
LAMPIRAN A 2.....	101
LAMPIRAN B 1.....	102
LAMPIRAN B 2.....	104
LAMPIRAN B 3.....	108
LAMPIRAN C 1.....	113
LAMPIRAN C 2.....	115
LAMPIRAN C 3.....	119
LAMPIRAN D 1.....	121
LAMPIRAN D 2.....	122

BAB 1

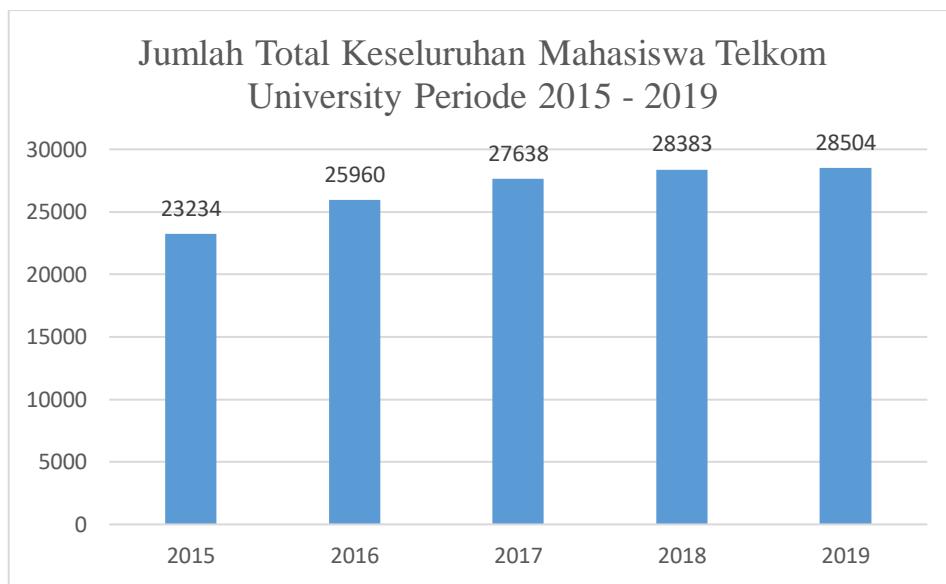
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kos merupakan jasa yang menawarkan sebuah kamar atau tempat tinggal dengan sistem periode baik itu bulan maupun tahun. Menurut Dinas Perumahan Provinsi DKI Jakarta, kos dirancang sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan hunian yang bersifat sementara yang digunakan oleh seorang perantau untuk menjadi tempat tinggal dimana sebagian rumah atau seluruhnya dijadikan sumber pendapatan oleh pemiliknya. Pada umumnya kos digunakan oleh mahasiswa dan pelajar yang berasal dari luar kota, namun tidak sedikit juga kos ditempati oleh masyarakat umum yang tidak memiliki rumah pribadi atau memang menginginkan berdekatan dengan lokasi beraktifitas.

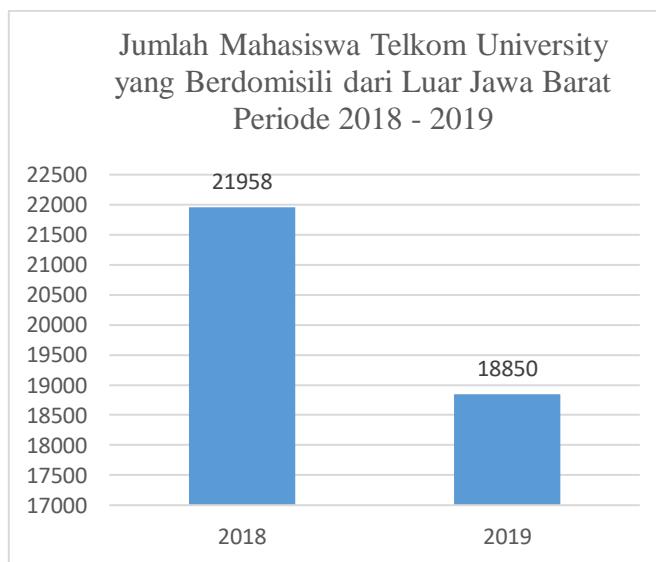
Lingkungan di sekitar kampus memiliki peluang yang besar untuk dijadikan prospek yang baik dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis rumah kos. Terdapatnya peminat yang cukup besar, bisnis rumah kos memiliki persaingan yang ketat dan kompeten sehingga bisnis rumah kos di tuntut untuk memiliki keunggulan masing – masing, maka dari itu rumah kos yang memiliki fungsi kerja yang unggul akan mempengaruhi peluang potensi yang besar untuk mendapatkan banyak konsumen penghuni kos sehingga mendapatkan keuntungan.

Telkom Uuniversity merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di Bandung yang memiliki potensi besar di bidang pendidikan. Potensi tersebut mempengaruhi kuota mahasiswa baru yang selalu bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data dari BAA Telkom University mencatat bahwa jumlah keseluruhan mahasiswa setiap tahunnya meningkat secara signifikan, dapat dilihat pada Gambar I.1.



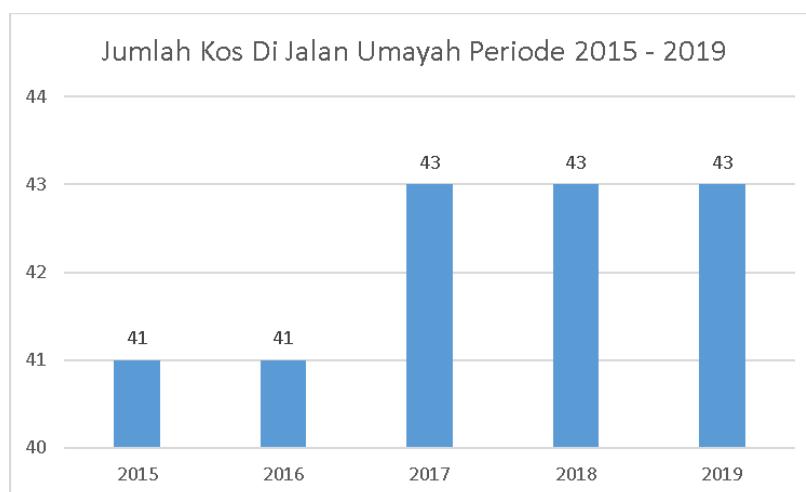
Gambar I. 1 Grafik Mahasiswa dari Tahun 2015 – 2019
 (Sumber: Badan Administrasi Akademik Telkom University Tahun 2020)

Pada Tahun 2018 77% dari keseluruhan Mahasiswa Telkom University merupakan mahasiswa perantau atau mahasiswa yang berasal dari luar Jawa Barat dan 23% sisanya merupakan mahasiswa Berdomisili Jawa Barat. Untuk Jumlah mahasiswa Telkom University yang berdomisili di Jawa Barat dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar I. 2 Jumlah Mahasiswa Telkom University Domisili Luar Jawa Barat Periode 2018 – 2019
 (Sumber: Badan Administrasi Akademik Tahun 2020)

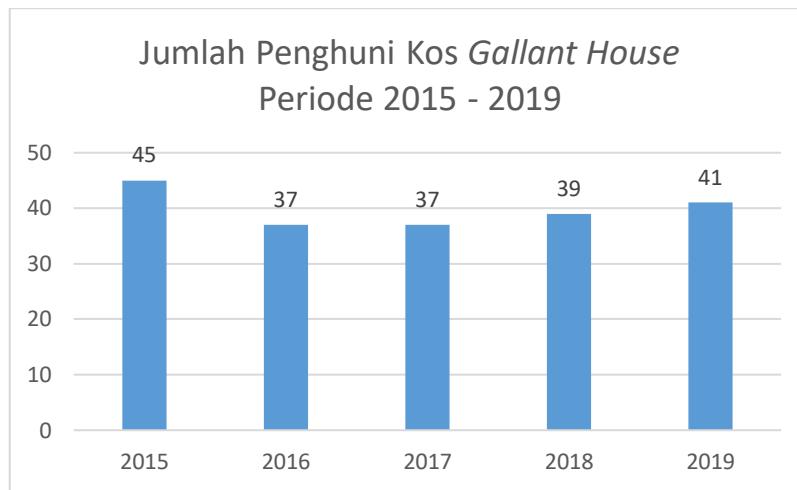
Peningkatan jumlah mahasiswa yang berdomisili di luar Jawa Barat tiap tahunnya mempengaruhi jumlah pasar tersedia serta tingkat kebutuhan terhadap rumah kos. Berdasarkan *demand* yang tinggi maka lingkungan Telkom University merupakan salah satu peluang untuk membuat usaha bisnis rumah kos. Salah satu lingkungan yang ada di Telkom University yang memiliki peluang besar dalam bisnis kos yaitu Jalan Umayah 1 dan 2 yang terletak di Sukabirus, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung. Lingkungan di jalan tersebut memiliki beberapa keunggulan yaitu sarana transportasi, jarak dari jalan Umayah ke kampus, banyak orang jualan dan padat mahasiswa. Kos yang terdapat di jalan tersebut memiliki harga yang relatif sama sehingga persaingan yang dilakukan sangat ketat, maka dari itu setiap kos harus memiliki keunggulan masing – masing untuk mendapatkan peminat yang banyak. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah banyaknya kos di jalan tersebut dari tahun 2015 sampai 2016 konstan dan dari tahun 2017 sampai 2019 jumlah konstan. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar I.3.



Gambar I. 3 Grafik Jumlah Kos di Umayah dari 2010 sampai 2015

Meningkatnya jumlah kos di jalan Umayah saat ini mampu membuat persaingan antar bisnis kos semakin ketat sehingga pihak kos perlu menerapkan sistem yang mampu untuk bertahan di bisnis tersebut. Ketatnya bisnis antar rumah kos saat ini, menuntut para pihak kos memiliki *competitive advantage* dalam mempertahankan dan meningkatkan pasarnya. Salah satu kos tersebut yang terdapat di Jalan Umayah adalah Kos *Gallant House*. Kos *Gallant House* mulai beroperasi pada tahun 2012 dengan visi sebagai sarana tempat tinggal yang nyaman bagi para

penghuninya. Jumlah penghuni dari Kos *Gallant House* pada tahun 2015 sampai dengan 2019 dapat dilihat pada Gambar I.4.



Gambar I. 4 Grafik Jumlah Penghuni Kos
(Sumber: Data Internal Kos *Gallant House*)

Berdasarkan grafik pada Gambar 1.4 dapat dilihat dari jumlah penghuni yang tinggal di Kos *Gallant House* mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Pihak kos memiliki target kamar yang terisi setiap tahunnya minimal 46 kamar, sedangkan berdasarkan Gambar I.4 dari tahun 2015 sampai dengan 2019 target dari pihak kos tidak tercapai dikarenakan berbagai faktor. Dampak dari target yang tidak tercapai akan mempengaruhi periode atau tahun - tahun berikutnya.

Faktor – faktor yang dapat menghambat pencapaian target penghuni kosan beberapa diantaranya fasilitas kamar yang kurang memuaskan, penjaga kos jarang berada di kos, respon penjaga kos yang kurang memuaskan, penjaga kos jarang melakukan pengawasan secara rutin dan pihak kos tidak mengetahui keluhan penghuni kos. Faktor – faktor tersebut diperoleh berdasarkan hasil wawancara terbuka dengan 5 penghuni Kos *Gallant House*.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tahap awal yang dilakukan pihak Kos *Gallant House* adalah menganalisa kebutuhan dan keinginan dari para penghuni kos agar fasilitas dan pelayanan sesuai dengan fungsi kinerja dari kos tersebut, sehingga target dari pihak kos dapat tercapai.

Dalam mengatasi permasalahan yang ada, penelitian ini akan menggunakan metode *Service Quality* yang digunakan untuk mengetahui kesenjangan (*Gap*) yang terjadi antara persepsi pelanggan dengan harapan atau ekspektasi pelanggan dengan menempatkannya dalam dimensi pelayanan, yaitu bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*) (Wijaya T. , 2011) yang digunakan pada metode selanjutnya. Selain menggunakan metode *Service Quality*, dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*, penelitian ini juga akan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). *Quality Function Deployment* merupakan salah satu metode yang mengutamakan pendekatan sistematis yang digunakan untuk memperjelas dalam memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen, kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut ke dalam perencanaan dan pengembangan yang tepat (Cohen, 1995). Metode *Quality Function Deployment* (QFD) menciptakan nilai tambah yang dijadikan sebagai usulan perbaikan terhadap pelayanan dan fasilitas yang menjadikannya sebagai fungsi kerja yang optimal. *Output* yang dihasilkan oleh metode *Quality Function Deployment* adalah sebuah rancangan yang digunakan untuk memperbaiki pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*.

Berdasarkan fungsi dan *output* metode *Service Quality* dan *Quality Function Deployment* (QFD) tersebut dapat menyelesaikan permasalahan keluhan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan yang terjadi akibat adanya kesenjangan (*Gap*) antara ekspektasi dan keadaan eksisting yang ada, sehingga target yang diinginkan oleh pihak Kos *Gallant House* akan tercapai.

I.2 Perumusan Masalah

Peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House* perlu dilakukan untuk meningkatkan performansi dari fungsi kinerja kos tersebut. Metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tahapan yang digunakan pada metode QFD berdasarkan *Voice of Customer* yang telah diperoleh. Beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja Karakteristik Teknis berdasarkan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*?
2. Apa saja *Critical Part* yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Kos *Gallant House* dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para penghuni Kos *Gallant House*?
3. Bagaimana rancangan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni Kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan perumusan masalah di atas, berikut merupakan tujuan penelitian ini:

1. Menentukan Karakteristik Teknis berdasarkan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*.
2. Mengidentifikasi *Critical Part* yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Kos *Gallant House* dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para penghuni kos.
3. Menentukan rancangan usulan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni kos untuk meningkatkan kepuasan para penghuni kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

I.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini diperlukan batasan – batasan masalah agar pembahasan dalam penelitian ini tidak keluar dari topik pembahasan. Berikut merupakan batasan masalah pada penelitian ini:

1. Responden wawancara dan kuisioner adalah penghuni Kos *Gallant House*.
2. Penelitian ini merujuk terhadap perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni kos dan meningkatkan kepuasan penghuni Kos *Gallant House*.
3. Pengolahan data dengan menggunakan metode *QFD* (*Quality Function Deployment*) hingga 2 (dua) iterasi, yaitu *HoQ* (*House of Quality*) dan *Part Deployment*.

4. Pengambilan data ini diperoleh ketika kondisi normal, dimana proses pengambilan data tersebut dilakukan sebelum wabah Covid-19 berlangsung.

I.5 Manfaat Penelitian

1. Dapat mengetahui karakteristik teknis berdasarkan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*.
2. Dapat mengetahui *Critical Part* yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Kos *Gallant House* dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para penghuni Kos *Gallant House*.
3. Dapat membuat rancangan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni Kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika dari penelitian ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi tentang teori yang digunakan untuk mengemukakan teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Hal ini memuat teori yang berhubungan dengan kepuasan penghuni dan metode QFD (*Quality Function Development*).

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini memuat metodologi penelitian yang digunakan untuk menganalisis dengan menggunakan data yang dikaji, cara penelitian agar mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisis.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi data – data yang telah didapatkan untuk menunjang penelitian dan data tersebut akan disajikan sesuai dengan metode yang dikonsepkan pada bab sebelumnya. Selanjutnya, data yang diolah tadi akan dianalisis untuk mendapatkan suatu solusi perbaikan.

Bab V Analisis

Pada bab ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yang terdapat pada bab sebelumnya. Analisis perbandingan keadaan aktual dengan keadaan usulan perbaikan juga dijabarkan pada bab ini.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini membahas kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga berisi saran bagi perusahaan dan sebagai masukan untuk perbaikan dimasa mendatang.

BAB II

LANDASAN TEORI

II.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian. Berikut merupakan tabel penelitian terdahulu, dapat dilihat pada Tabel II.1.

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Tahun	Metode	Objek
Fredy Dewan Saputra, Nasir Widha Setyanto, Oke Oktavianty	Perbaikan Fasilitas Rumah Kos Dengan Menggunakan Integrasi Metode Service Quality dan QFD	2014	Servqual, QFD	Kualitas pelayanan dan fasilitas Rumah Kos
Rahmad Rezeky, Hernadewita	Perancangan Perbaikan Kualitas Layanan E-Commerce dengan <i>Quality Function Deployment</i> : Studi Pelanggan Jakarta18	2018	QFD	Rancangan Perbaikan Kualitas Layanan untuk <i>e-commerce B to C (Business to Customer dan C to C (Customer to Customer)</i>
Cahya Mahami	Pengaruh <i>Total Quality Manajemen</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Sala View Surakarta	2015	TQM	Kualitas Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

II.2 Perbandingan Metode

Menurut Keraf (1981) metode perbandingan merupakan suatu cara untuk menunjukkan kesamaan-kesamaan dan perbedaan-perbedaan antara dua objek atau lebih dengan menggunakan dasar-dasar tertentu. Perbandingan metode QFD dengan metode lainnya dapat dilihat pada Tabel II.2.

Tabel II. 2 Perbandingan Metode QFD dengan Metode Lainnya

Metode	Kelebihan	Kekurangan	Referensi
Quality Function Deployment (QFD)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan format standar untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen menjadi persyaratan teknis, sehingga dapat memenuhi konsumen. 2. Menolong tim perancang untuk memfokuskan proses perancangan yang dilakukan pada fakta – fakta yang ada, bukan intuisi. 3. Selama proses perancangan, pembuatan keputusan direkam dalam matriks – matriks sehingga dapat diperiksa ulang serta dimodifikasi di masa yang akan datang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hanya merupakan alat, tidak ada kejelasan kerangka pemecahan masalah 2. Kesulitan dalam pengisian matriks. 3. Memerlukan keahlian spesifik beragam yaitu input pada QFD memerlukan analisis pasar. Penerjemah karakteristik kualitas membutuhkan keahlian perancangan. Penerjemah ke spesifik teknis. 	https://www.coursehero.com/file/pja086g/QFD-terdiri-dari-tiga-tahap-seluruh-kegiatan-yang-dilakukan-pada-masing-masing/
Service Quality	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat diketahui nilai gap (nilai kualitas pelayanan) dari setiap atribut kebutuhan. 2. Dapat diketahui bagaimana harapan dan bagaimana kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan. 3. Dapat diketahui atribut mana yang harus menjadi fokus untuk perbaikan selanjutnya. 	Kualitas Layanan bersifat intangible yaitu tidak dapat diraba karena kualitas layanan adalah hasil bukan suatu produk dan kualitas produk tidak dapat dilihat, disentuh, atau disimpan.	https://www.coursehero.com/file/33940730/Class-Session-6-Service-Quality-34-44-Gaps-Model-of-Service-Quality-Ch-2-Copyppt/

Tabel II.2 Perbandingan Metode QFD dengan Metode Lainnya (Lanjutan)

Metode	Kelebihan	Kekurangan	Referensi
TQM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memenuhi kepuasan pelanggan. 2. Pengurangan biaya 3. Meningkatkan produktivitas. 4. Efisiensi waktu. 5. Meningkatkan kebutuhan pangsa pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas yang bersifat hanya di dalam departemen di banyak perusahaan yang masing-masing departemen mempunyai kebijakannya sendiri sehingga tidak mencangkup keseluruhan organisasi. 2. Kualitasnya tidak memiliki batasan dan arti yang sama setiap orang, sehingga dapat terjadi perbedaan bagaimana kualitas yang dimaksud setiap orang. 	https://www.coursehero.com/file/69677986/TOtal-Quality-Management-NTQM.pptx/

Berdasarkan Tabel II.2 dapat dilihat bahwa metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan metode yang tepat untuk dapat digunakan pada berbagai macam objek penelitian dan menghasilkan suatu rancangan.

II.3 Fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler & Keller, 2009). Menurut Tjiptono (2006) desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan (Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani, 2008). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa

fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha.

II.4 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Metode *service quality* merupakan suatu kuisioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, Problems and Strategies in Services Marketing, 1985). Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam (Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani, 2008) berpendapat bahwa “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman”. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Hal tersebut berlaku sebaliknya, apabila jasa atau pelayanan yang diterima tidak memenuhi kriteria konsumen dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

II.5 Dimensi dan Kualitas Pelayanan

Terdapat 5 dimensi pokok yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* (*competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security*), *empathy* (*access*, *communication* dan *understanding the customer*), serta *tangible* (Zeithaml & Bitner, 2009). Penjelasan kelima dimensi untuk menilai kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Tangible* (Berwujud fisik)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan

satu indikator yang paling konkret. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

2. *Reability* (Keandalan)

Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Menurut (Lovelock, Christopher, & Wirtz, 2007), *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a periode of time*. Artinya, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keraguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.

5. *Empathy* (Empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

II. 6 Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen sehingga membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapannya, bila kinerja melebihi harapan mereka maka mereka merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka para konsumen merasa kecewa (Kotler & Keller, 2009).

II.7 Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu metodologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dan menentukan prioritas kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menggabungkan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut dalam produk atau jasa yang disediakan bagi konsumen. Menurut Akao pada tahun 1996, QFD adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa yang berdasarkan permintaan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi fungsi - fungsi yang terdapat dalam organisasi tertentu.

II.7.1 Definisi QFD

Quality Function Deployment dikembangkan oleh Yoji Akao di Jepang pada tahun 1966. Menurut Akao, *Quality Function Deployment* adalah metode untuk mengembangkan kualitas desain yang bertujuan untuk memuaskan konsumen dan kemudian menerjemahkan permintaan konsumen menjadi target desain dan poin utama kualitas jaminan untuk digunakan di seluruh tahap produksi. QFD merupakan metode untuk menjamin kualitas desain sedangkan produk yang masih dalam tahap desain merupakan sisi yang sangat penting. Manfaat produk ditunjukkan ketika tepat diterapkannya QFD yang telah menunjukkan pengurangan pembangunan waktu dengan satu-setengah sampai sepertiga. (Akao, 1966) Fokus utama QFD adalah melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk

sedini mungkin karena pelanggan tidak puas dengan suatu produk, meskipun suatu produk telah dihasilkan secara sempurna.

II.7.2 Manfaat Metode QFD

Dalam penggunaan metodologi QFD dalam proses perancangan dan pengembangan produk merupakan suatu nilai tambah bagi perusahaan. Karena perusahaan akan mempunyai keunggulan kompetitif dengan menciptakan suatu produk atau jasa yang mampu memuaskan konsumen.

Menurut Basterfield dan Dale (1999), manfaat-manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan QFD dalam proses perancangan produk adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan kehandalan produk.
2. Meningkatkan kualitas produk.
3. Meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Memperpendek *time to market*.
5. Mereduksi biaya perancangan.
6. Meningkatkan komunikasi.
7. Meningkatkan produktivitas.
8. Meningkatkan keuntungan perusahaan.

II. 7.3 Keunggulan QFD

Menurut Cohen pada tahun 1995, metode *Quality Function Deployment* mempunyai beberapa keunggulan, yaitu:

1. Memberikan format standar untuk menerjemahkan keputusan “apa” yang harus dipenuhi oleh suatu produk menjadi “bagaimana” cara memenuhinya (karakteristik teknis).
2. Selama proses perancangan, pembuatan keputusan “direkam” ke dalam matriks – matriks sehingga dapat diperiksa ulang serta dimodifikasi dimasa mendatang.
3. Membantu tim untuk merancang dalam memfokuskan proses perancangan yang dilakukan pada fakta – fakta yang ada, bukan intuisi.

4. Memperjelas area dimana tim pengembangan produk perlu untuk memenuhi informasi dalam mendefinisikan produk atau jasa yang akan memenuhi kebutuhan.
5. Menyimpan perencanaan produk hasil keputusan bersama

II.7.4 Tahapan – Tahapan Metode QFD

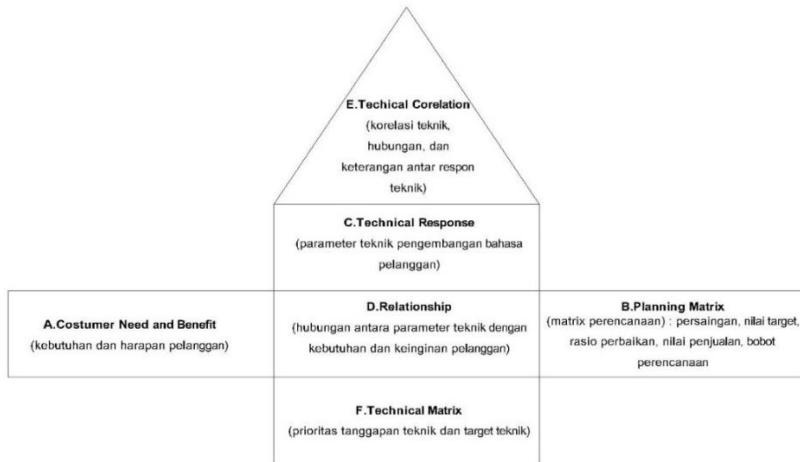
Implementasi metodologi QFD terdiri dari 4 tahap, dimana seluruh tahapan yang dilakukan pada masing – masing tahapan dapat diterapkan seperti layaknya suatu proyek, dengan terlebih dahulu dilakukan tahapan perencanaan dan persiapan (Cohen, 1995), tahapan-tahapan tersebut yaitu:

1. Tahap perencanaan produk (*House of Quality*).
2. Tahap Perencanaan Komponen (*Part Deployment*).
3. Tahap Perencanaan Proses (*Deployment Proses*).
4. Tahap Perencanaan Produksi (*Manufacturing/Production Planning*).

Pada penelitian ini, hanya dua jenis tahapan QFD yang akan digunakan yaitu sebagai berikut:

1. *House of Quality*

House of Quality atau biasa kita sebut dengan Rumah Kualitas, merupakan matriks perencanaan (Cohen, 1995). *House Of Quality* merupakan tahap pertama dalam penerapan metodologi QFD, matriks ini digunakan untuk mengkonversi *Voice of Customer* yang menggunakan sebuah matriks perencanaan untuk menghubungkan “keinginan” pelanggan dan “bagaimana” perusahaan tersebut melakukan sesuatu untuk memenuhi keinginan tersebut (Heizer & Render, 2006). Menurut Dewi pada tahun 2003 matriks terdiri dari beberapa bagian atau submatrik yang tergabung dalam beberapa cara yang masing-masing berisi informasi yang saling berhubungan. Struktur matriks HOQ dapat dilihat pada Gambar II.1.



Gambar II. 1 *House of Quality*

Keterangan:

- Bagian A kebutuhan dan harapan pelanggan (*Customer Need and Benefit*)

Menurut Dewi pada tahun 2003 pada bagian ini merupakan tahapan untuk mendefinisikan harapan pelanggan dan mengukur atribut-atribut mutu produk yang menjadi prioritas dengan cara pembobotan. Data untuk tahap ini diperoleh dari kuesioner serta berdasarkan hasil literatur, penilaian kuesioner menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur setiap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Pada masing-masing skala Likert diberikan sejumlah bobot atau nilai (Umar, 2008).

- Bagian B Matriks Perencanaan (*Planning Matrix*)

Planning Matrix digunakan untuk mengetahui posisi relatif produk terhadap produk pesaing. Bagian ini berisi tiga tipe informasi yaitu data pasar kuantitatif (tingkat kepentingan dan kepuasan *relative pelanggan*), Goal Setting (settingan capaian untuk produk yang akan diluncurkan), dan perhitungan untuk penempatan

keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pada tahap ini atribut produk yang didapatkan dibandingkan secara realtif tingkat kepentingannya, kemudian dilakukan pembobotan (Adriyan, GP, 2012).

Dalam matriks perencanaan terdapat persentasi dari nilai *adjusted importance*, yaitu:

$$\text{Adjusted Importance Percentage} = \frac{\text{Nilai Adjusted Importance}}{\text{Total Jumlah Adjustesd Importance}} \times 100\%$$

- c. Bagian C parameter teknik Pengembangan Bahasa Pelanggan (*Technical Response*).

Merupakan tahapan untuk menentukan aktivitas proses yang terkait dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Keinginan pelanggan yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif harus diterjemahkan ke dalam suara pengembang (*voice of the developer*) (Dewi, 2003).

- d. Bagian D hubungan antara parameter teknik dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan (*Relationship*)

Berisi pertimbangan penilaian keterkaitan hubungan antara elemen – elemen karakteristik teknis (bagian C) dengan setiap kebutuhan pelanggan pada bagian A. Berisikan kekuatan hubungan antara karakteristik teknis dari produk atau jasa yang dikembangkan pada bagian C dengan *Voice of Customer* pada bagian A yang mempengaruhinya.

- e. Bagian E Korelasi Teknik (*Technical Corelation*)

Hasanah (2007) mengemukakan bahwa QFD merupakan kunci dalam menyamakan fasilitas untuk mengkomunikasikan satu sama lain dari bagian parameter teknik. Bagian ini akan memetakan hubungan dan saling ketergantungan di antara parameter teknik. Interaksi antara parameter teknik dapat dilihat pada Gambar II.2.

Simbol	Pengaruh Hubungan	Nilai
•	Korelasi positif kuat (sangat saling mendukung)	+9
▫	Korelasi positif (saling mendukung)	+3
△	Korelasi negatif (tidak saling mendukung)	-3
▲	Korelasi negatif kuat (sangat tidak mendukung)	-9
<blank>	Tidak ada hubungan	0

Gambar II. 2 Interasi Parameter Teknis
(Sumber: Uswatun Hasanah, 2007)

f. Bagian F Prioritas Tanggapan Teknik dan Target Teknik (*Technical Matrix*)

Bagian ini berisi berbagai macam informasi yaitu pertama menghitung besarnya pengaruh atau keterkaitan dari technical response serta kebutuhan dan keinginan konsumen. Kedua perbandingan antara produk yang dihasilkan instansi maupun perusahaan dan pelayanan atau produk yang dihasilkan pesaing. Ketiga, adanya perbandingan di atas maka instansi atau perusahaan dapat menetapkan sasaran kinerja (nilai target) secara teknis yang akan dicapai instansi atau perusahaan. Penetapan target ini dimiliki instansi atau perusahaan (Dewi, 2003).

Nasution (2006) mengemukakan bahwa alat utama dari QFD adalah matriks, setiap matriks yang dibuat sebagai bagian dari proses QFD harus distrukturkan menurut bentuk *House of Quality* dalam gambar 1. Dalam siklus lengkap proses QFD terdapat 6 matriks dapat dilihat pada Gambar II.3.

Persyaratan pelanggan	Matriks 1		
Ciri – ciri teknikal	Matriks 2	Teknologi terapan	
Teknologi terapan	Matriks 3	Proses manufaktur	
Proses manufaktur	Matriks 4	Proses pengendalian kualitas	
Proses pengendalian kualitas	Matriks 5	Pengendalian proses statistik	
Pengendalian proses statistik	Matriks 6	Spesifikasi produk	

Gambar II. 3 Matriks Proses QFD

(Sumber: Uswatun Hasanah, 2007)

Masing – masing matriks yang digunakan memiliki manfaat tersendiri sendiri, manfaat tersebut adalah:

- Matriks 1: Matriks pertama digunakan untuk membandingkan persyaratan pelanggan dengan ciri – ciri teknikal produk yang berhubungan (Davis, 2003).
- Matriks 2: Matriks ini digunakan untuk membandingkan ciri – ciri teknikal pada matriks 1 dengan teknologi terapan yang berhubungan (Nasution, 2006).
- Matriks 3: Matriks ketiga ini digunakan untuk membandingkan teknologi terapan pada matriks 2 dengan proses pemanufakturan yang berhubungan. Matriks ini bermanfaat dalam mengidentifikasi variabel – variabel penting dalam proses pemanufakturan (Dewi, 2003).
- Matriks 4: Matriks ini digunakan untuk membandingkan proses pemanufakturan dari matriks 3 dengan proses pengendalian kualitas untuk memastikan kualitas produk (Davis, 2003).
- Matriks 5: Matriks ini digunakan untuk membandingkan proses pengendalian dengan pengendalian proses statistik untuk memastikan parameter dan variabel proses yang tepat digunakan (Dewi, 2003)
- Matriks 6: Matriks ini digunakan untuk membandingkan antar parameter pengendalian proses statistik dengan spesifikasi produk baru untuk menjamin produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Davis, 2003).

2. Tahap Perancangan Konsep

Menurut Woodruff dalam Ibrahim, A. (2008) mengidentifikasi konsep menjadi 3 bagian, yaitu:

- a. Konsep proses, yaitu suatu gagasan atau ide yang relateif sempurna dan bermakna, suatu pengertian tentang objek, produk subjektif yang berasal dari cara seseorang membuat pengertian terhadap objek atau benda melalui pengalamannya.
- b. Konsep arsitektur, suatu konsep yang mengemukakan suatu cara khusus bahwa syarat – syarat suatu rencana, konteks dan keyakinan dapat digabungkan bersama, yang dalam konteks ini dapat berupa paduan dari beberapa unsur yang mungkin berupa gagasan, pendapat dan pengamatan ke dalam suatu kesatuan.
- c. Konsep kualitas, sebuah produk atau layanan yang menjelaskan sifat suatu objek atau proses dan tidak mempunyai eksistensi yang berdiri sendiri.

Konsep bertujuan untuk mengurangi adanya banyak alternatif, maka penentuan konsep ini didasarkan pada target - target yang menjadi prioritas pada matriks *House of Quality*.

3. Tahap Perencanaan Komponen (*Part Deployment*)

Part Deployment merupakan iterasi kedua (Iterasi 2) dalam menggunakan metode QFD, dimana *Part Deployment* terbagi menjadi 5 bagian struktur matriks (Cohen, 1995) yaitu dapat dilihat pada Gambar II.4.



Gambar II. 4 *Part Deployment*
Sumber: (Cohen, 1995)

Keterangan:

1. Bagian A: Karakteristik Teknis

Bagian ini berisikan persyaratan teknis yang diperoleh dari QFD iterasi 1 yang selanjutnya akan dijadikan sebagai dasar dalam menentukan *critical part*.

2. Bagian B: Kontribusi persyaratan teknis.

Bagian ini berisikan hasil normalisasi kontribusi persyaratan teknis yang diperoleh dari QFD iterasi 1.

3. Bagian C: *Critical Part*, bagian ini terdiri dari:

- a) Persyaratan part yang berhubungan dan menyesuaikan dengan persyaratan teknis yang diperoleh pada QFD iterasi 1.

b) *Direction of Goodness* dari masing – masing persyaratan part.

4. Bagian D: Matriks Hubungan

Bagian ini menggambarkan hubungan diantara persyaratan part dan persyaratan teknis. Sehingga hubungan ini didasarkan pada dampak persyaratan part terhadap persyaratan teknis.

5. Bagian E: Matriks target persyaratan part.

Bagian ini terdiri dari:

- a) *Part Specification* yang merupakan satuan dari persyaratan part.
- b) *Column Weight* merupakan kontribusi dari *Critical Part*.

- c) Target merupakan spesifikasi yang ingin dicapai oleh masing-masing *critical part* dalam rangka pengembangan.

II.8 Weight Average Performance

Weight Average Performance (WAP) berfungsi untuk mengetahui bobot kepentingan dan kepuasan konsumen. Perhitungan *performance weighted* dihitung dengan mengkalikan bobot nilai yang diberikan responden dengan jumlah nilai pada setiap *need statement*. Rumus untuk *WAP* adalah sebagai berikut.

$$WAP = \frac{\sum \text{Jumlah jawaban responden pada skala ke}-i \times i}{\text{Jumlah total responden}}$$

II.9 Matriks Klein Grid

Matriks Klein Grid adalah suatu model yang digunakan untuk mengklasifikasikan kebutuhan konsumen ke dalam beberapa kategori untuk membantu dalam pengambilan keputusan-keputusan oleh tim pengembang. Model ini dikembangkan oleh Robert Klein (1989) dari *Applied marketing Science, Inc.* Robert Klein mengemukakan bahwa ada dua perbedaan untuk mengukur tingkat kepentingan dari kebutuhan pelanggan, yaitu dengan menanyakan secara langsung kepada pelanggan, atau dengan mengambil kesimpulan tingkat kepentingan berdasarkan pada data yang lain. Tingkat kepentingan yang diukur dengan metode secara langsung disebut *State Importance*.

Model Klein menggunakan keduanya, yaitu *Revealed Importance* dan *Stated Importance* setiap atribut dalam mengklasifikasikan kebutuhan konsumen. Klasifikasi kebutuhan konsumen dapat dilihat pada Gambar II.5

<i>Very Important</i>	<i>Stated Important</i>	<i>Not Important</i>	
<i>Expected</i>		<i>Low Impact</i>	<i>Weak Link</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wajib terpenuhi. • Tidak puas jika tidak terpenuhi. • Tidak tinggi tingkat kepuasan yang tercapai jika terpenuhi. 		<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai pengaruh minimal terhadap keseluruhan kepuasan baik itu terpenuhi atau tidak. 	
<i>High Impact</i>		<i>Hidden</i>	<i>Strong Link</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Tinggi tingkat kepuasan jika terpenuhi. • Tidak puas jika tidak terpenuhi. 		<ul style="list-style-type: none"> • Berpeluang untuk keunggulan kompetitif. • Tingkat kepuasan berlebih dibandingkan yang diakui konsumen. 	

Gambar II. 5 Matriks *Klein Grid*

Keterangan:

1. *Expected*

Merupakan kebutuhan dasar yang menurut konsumen harus dipenuhi. Jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka konsumen sangat tidak puas, akan tetapi untuk tingkat kepuasannya tinggi jika terpenuhi.

2. *Low Impact*

Merupakan kebutuhan yang mempunyai pengaruh minimal terhadap keseluruhan tingkat kepuasan konsumen baik terpenuhi atau tidak, maka dari itu pengaruhnya kecil terhadap kepuasan konsumen.

3. *High Impact*

Merupakan kebutuhan yang menyebabkan tingkat kepuasan dari konsumen menjadi puas atau sangat puas jika kebutuhan ini terpenuhi, dan menyebabkan tingkat kepuasan konsumen menjadi tidak puas atau sangat tidak puas jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka dari itu pengaruhnya sangat besar terhadap kepuasan konsumen.

4. *Hidden*

Merupakan kebutuhan dimana konsumen mengatakan tidak penting untuk kebutuhan mereka atau kebutuhan yang tidak terpikirkan oleh konsumen namun jika itu dapat terpenuhi maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

II. 10 Klarifikasi Suara Konsumen (*Voice of Customer*)

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang dia terima dan harapannya (Umar, 2008). Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan fokus utama dari proyek yang dijalankan. Oleh karena itu, untuk melakukan perbaikan perlu mendengarkan suara pelanggan (*voice of customer*). Menurut Marison (2008), ada beberapa cara untuk mengumpulkan informasi mulai dari kelompok, wawancara individu, penyelidikan kontekstual, teknik etnografi, dan lain-lain.

Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dan perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- 1. Kualitas produk**

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2. Kualitas pelayanan**

Terutama terhadap industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

- 3. Emosional**

Konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

- 4. Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

- 5. Biaya**

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Voice of Customer dapat membantu dalam mengidentifikasi proyek yang perlu dari sudut pandang konsumen. Dengan *voice of customer* juga dapat mengidentifikasi hal-hal berikut, yaitu:

1. Hal-hal yang bisa membuat pelanggan menjadi puas.
2. Sumber data yang berkaitan dengan *voice of customer*.
3. Daftar dan segmentasi pelanggan.
4. Fokus usaha perbaikan (*improvement effort*)

Voice of Customer adalah istilah yang digunakan dalam dunia bisnis yang digunakan untuk menjabarkan proses yang mendalam yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami ekspektasi, preferensi, dan ketidaksukaan pelanggan atas barang atau jasa yang ditawarkan. *Voice of Customer* merupakan bagian dari teknik riset pasar (*market research*) yang menyajikan laporan mengenai kebutuhan pelanggan yang tertata dalam struktur yang hirarki. Dengan menjalankan proses *voice of customer*, kita akan mengetahui hal-hal berikut, yaitu:

1. Harapan dan kebutuhan pelanggan sebagai masukan yang harus dipertimbangkan dengan serius dalam pengembalian keputusan.
2. Data yang dibutuhkan untuk melakukan *Quaity Function Deployment* (QFD) adalah metode yang digunakan untuk mentransformasi *user demand* menjadi *design quality*.
3. Data yang diperlukan dalam merancang spesifikasi desain yang mendetail.

II.10.1 Manfaat *Voice of Customer*

Ketika perusahaan melakukan *voice of customer*, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam melakukan riset dan pengumpulan umpan balik pelanggan, yaitu:

1. Menyesuaikan produk, layanan, dan juga fitur-fitur lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Memaksimalkan keuntungan perusahaan.
3. Mengidentifikasi dan memprioritaskan kebutuhan bersuara dan keinginan pelanggan.
4. Memprioritaskan isu dan perkembangan yang ada.
5. Mengumpulkan dan mengevaluasi konsep-konsep baru, ide, dan sosialisasi.

II.11 Benchmarking

Benchmarking merupakan sebuah pengukuran dari kualitas kebijakan organisasi, program, strategi, dan lainnya untuk memberikan wawasan yang diperlukan untuk membantu manajemen dalam memahami proses dan produknya baik dengan cara membandingkannya dengan industri serupa. *Benchmarking* bisa juga disebut sebagai perbandingan yang dijadikan tolak ukur atau acuan. *Benchmarking* merupakan sebuah proses teknologis dalam sebuah organisasi yang bertujuan untuk mengubah keadaan yang ada menjadi keadaan yang lebih baik (Moriarty, 2009). Sedangkan menurut Moriarty & Smallan (2009), *benchmarking* adalah identifikasi dari kebutuhan untuk meningkatkan keadaan yang lebih baik dari perusahaan lain atau melakukan perbaikan dengan pendekatan yang bervariasi. *Benchmarking* merupakan sebuah proses identifikasi dan pembelajaran dari praktik terbaik untuk melakukan sebuah perbaikan secara terus-menerus (Bendell, Boulter, & Kelly, 1993). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *benchmarking* adalah sebuah proses identifikasi untuk kebutuhan dalam meningkatkan keadaan dan melakukan perbaikan secara terus-menerus.

II.11.1 Tipe–tipe *Benchmarking*

Menurut Elmuti & Kathawala (1997), *benchmarking* memiliki empat tipe berdasarkan objek pembandingnya, yaitu:

1. *Benchmarking Internal*

Benchmarking yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan membandingkan antar departemen, unit, atau cabang di perusahaan tersebut.

2. *Benchmarking Kompetitif*

Benchmarking yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan membandingkan performansi perusahaan dengan pesaing terbaik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membeli produk atau pelayanan dari pesaing terbaik yang akan dianalisis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

3. *Benchmarking* Fungsional

Benchmarking yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan membandingkan performansi perusahaan dengan perusahaan lain yang bergerak pada industri yang sama.

4. *Benchmarking* Generik

Benchmarking yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan membandingkan proses terbaik tanpa memerhatikan industri.

Pada penelitian ini, tipe *benchmarking* yang dipilih oleh Kos *Gallant House* adalah tipe *benchmarking* kompetitif, karena Kos *Gallant House* perlu membandingkan performansi perusahaan dengan pesaing.

BAB III

METODOLOGI

III.1 Metodologi Penelitian

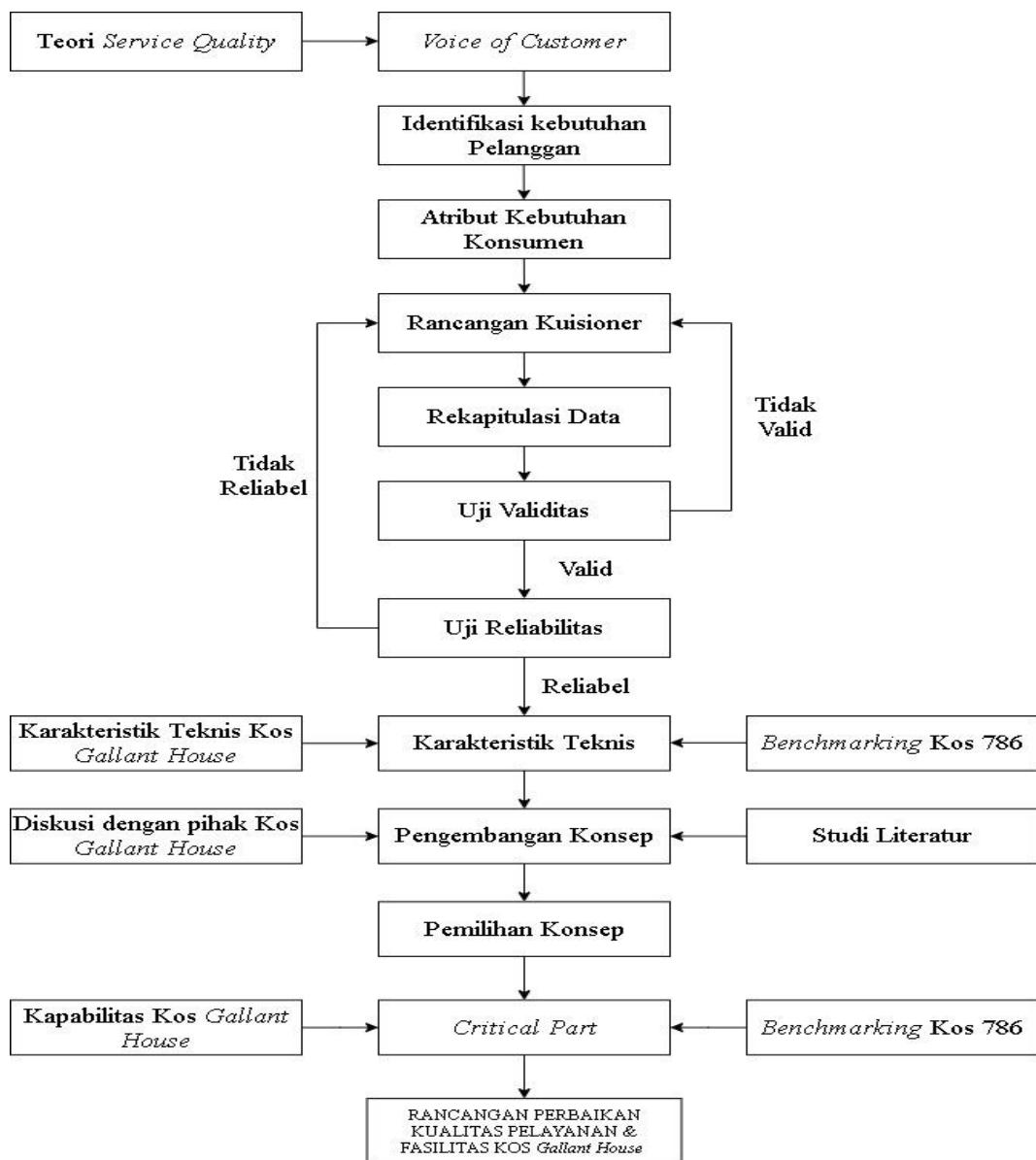
Dengan menggunakan metodologi penelitian diharapkan proses penelitian dapat berjalan secara sistematis dan terstruktur agar didapatkan hasil yang paling maksimal dengan tujuan dari penelitian tersebut, oleh karena itu metodologi penelitian merupakan suatu tahapan yang digunakan dalam menjalankan proses penelitian.

III.2 Model Konseptual

Model konseptual digunakan sebagai gambaran pola pengerjaan pada penelitian ini. Fokus pada penelitian ini yaitu perbaikan terhadap pelayanan dan fasilitas konsumen Kos *Gallant House* sesuai dengan kebutuhan para konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Pada metode QFD terdapat matriks *House of Quality* yang berfungsi sebagai alat ukur dan analisis terhadap fasilitas dan pelayanan dan fasilitas konsumen Kos *Gallant House*.

Perbaikan pelayanan dan fasilitas yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang digunakan sebagai langkah awal dalam tahap perancangan. Tahap awal pada penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung melalui metode wawancara, dimana responden tersebut merupakan para penghuni Kos *Gallant House* sebagai narasumber. Hasil dari wawancara mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Kos *Gallant House* dijadikan sebagai *Voice of Customer* (VoC), dimana VoC ini akan diidentifikasi untuk mendapatkan atribut konsumen sesuai dengan 5 (lima) dimensi pada *Service Quality*. Berdasarkan data yang didapatkan dari wawancara kemudian diolah menjadi sebuah pernyataan yang disajikan dalam bentuk kuisioner dengan 2 (dua) tingkatan penilaian yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap atribut – atribut kebutuhan konsumen yang telah di identifikasi. Atribut kebutuhan diterjemahkan kedalam Bahasa teknis dan menjadi sebuah karakteristik teknis, dimana karakteristik teknis ini yang digunakan sebagai indikator perbaikan pada tahap pengolahan QFD iterasi pertama. Tahap pengolahan QFD iterasi pertama

selanjutnya menentukan konsep perbaikan, yang nantinya diterjemahkan kedalam *critical part* pada tahap pengolahan iterasi kedua dan menghasilkan *ranking* terhadap atribut kebutuhan berdasarkan masing – masing *critical part*. Pada tahap pengolahan QFD iterasi pertama dan kedua, dilakukan penetrasi dengan melakukan proses *benchmarking* terhadap eksisting dari pesaing yaitu Kos 786 berdasarkan karakteristik teknis dan *critical part* yang telah diidentifikasi sehingga menunjukkan prioritas terhadap target perbaikan yang harus terealisasikan dan menghasilkan rancangan pada tahap perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*. Model konseptual penilitian dapat dilihat pada Gambar III.1.



Gambar III. 1 Model Konseptual

Model bertujuan untuk menggambarkan pola pengerjaan pada penelitian ini yang mengkaji mengenai perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap para penghuni Kos *Gallant House* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang didalamnya terdapat matriks *House of Quality* yang digunakan sebagai alat ukur dan analisis untuk kualitas pelayanan dan fasilitas konsumen pada Kos *Gallant House*.

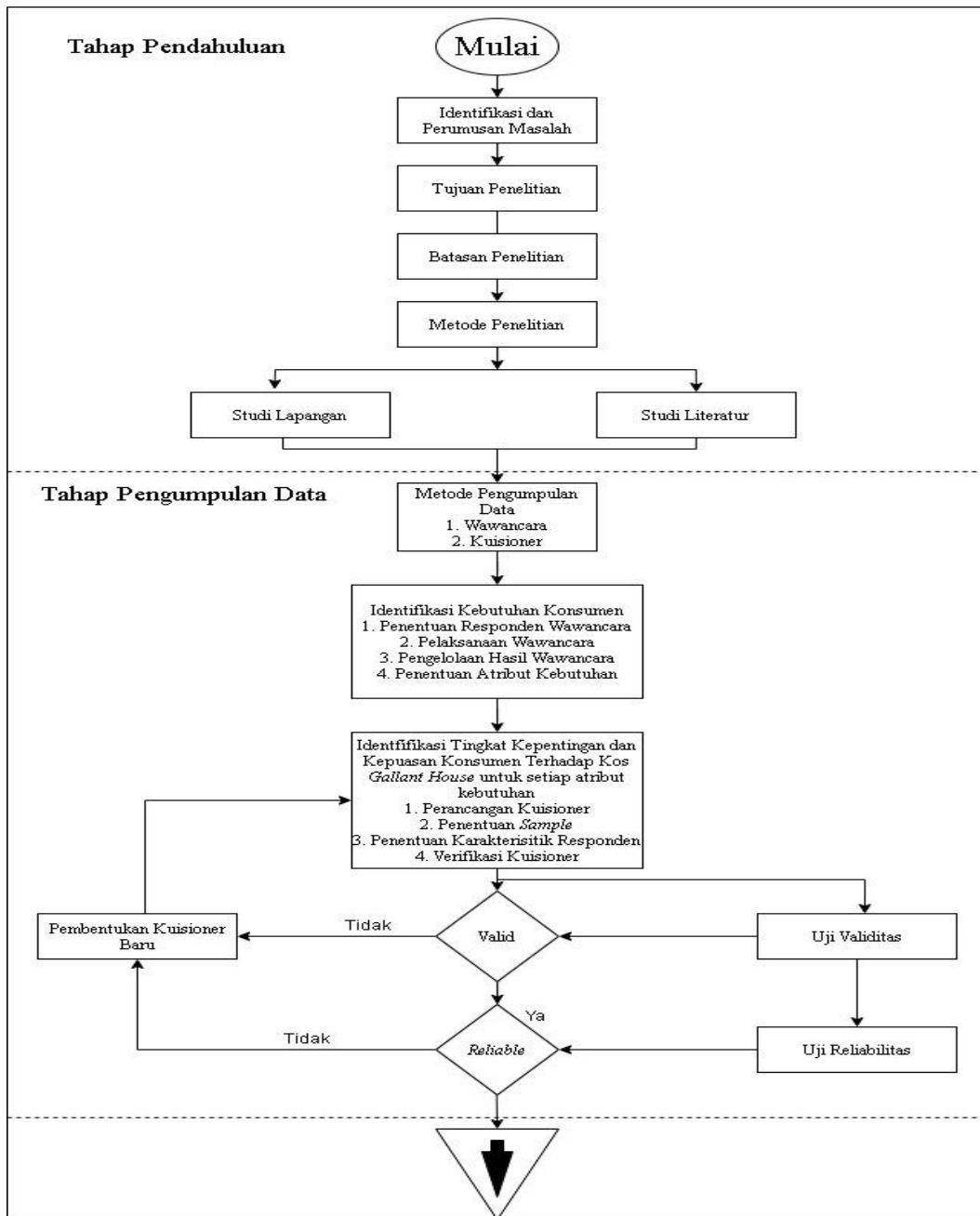
Tahap awal yang dilakukan yaitu mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Tahap awal dalam pengumpulan data yaitu dengan menggunakan metode wawancara, dimana responden yang menjadi sumber data merupakan para penghuni Kos *Gallant House*. Selanjutnya, hasil wawancara responden tersebut dijadikan sebagai *Voice of Customer* yang mana akan menjadi atribut kebutuhan konsumen. Wawancara tersebut berupa keluhan para penghuni Kos *Gallant House* sebagai responden, kemudian keluhan tersebut ditampung lalu diolah menjadi beberapa pertanyaan yang akan disajikan dalam bentuk kuisioner. Hasil dari kuisioner akan diuji validasi untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner.

Selanjutnya melihat karakteristik teknis dari kos pesaing yaitu Kos 786, lalu kemudian dibandingkan dengan karakteristik dari Kos *Gallant House*. Dilihat dari karakteristik teknis yang telah diidentifikasi tersebut merupakan segala sesuatu yang harus diperbaiki terhadap pelayanan dan fasilitas yang telah diberikan sebelumnya. Langkah berikutnya yaitu pengembangan konsep, yang mana akan melihat dan membandingkan eksisting dari kos pesaing dengan kondisi Kos *Gallant House* saat ini.

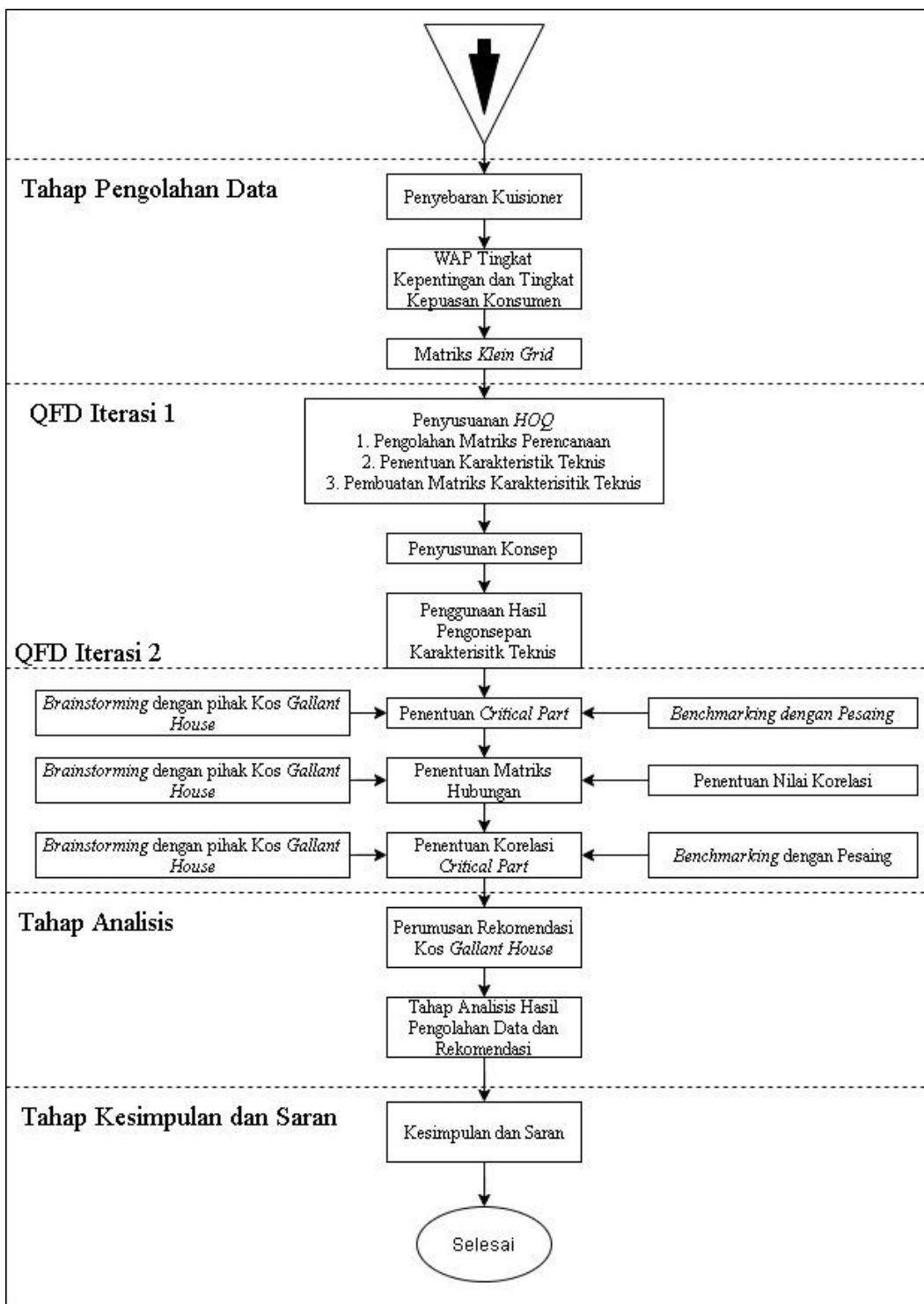
Tahap berikutnya menentukan konsep perbaikan yang nantinya diterjemahkan kedalam *critical part* dan akan menghasilkan *ranking* terhadap tiap atribut kebutuhan konsumen, sehingga perbaikan pelayanan dapat dilakukan dengan melihat *ranking* tertinggi dalam matriks *Part Deployment*. Dengan adanya *ranking* yang diperoleh sebelumnya dalam matriks *part deployment* yang menunjukkan perbaikan yang perlu dilakukan oleh Kos *Gallant House* maka dapat ditentukan target perbaikan. Hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini adalah berupa rancangan tahap untuk perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada para penghuni Kos *Gallant House*.

III.3 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini berisikan tahapan mengenai langkah – langkah yang dilakukan selama penelitian berjalan. Tahapan dalam proses penelitian ini dapat dilihat pada Gambar III.2.



Gambar III. 2 Sistematika Penelitian



Gambar III.2 Sistematika Penelitian (lanjutan)

III.3.1 Tahap Pendahuluan

Tahapan awal dalam penelitian ini adalah Tahap Pendahuluan. Tahapan ini terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

III.3.1.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja Karakteristik Teknis berdasarkan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*?
2. Apa saja *Critical Part* yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Kos *Gallant House* dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para penghuni Kos *Gallant House*?
3. Bagaimana rancangan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni Kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*?

III.3.1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan perumusan masalah di atas, berikut merupakan tujuan penelitian ini:

1. Menentukan Karakteristik Teknis berdasarkan atribut kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*.
2. Mengidentifikasi *Critical Part* yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas Kos *Gallant House* dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para penghuni kos.
3. Merancang usulan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni kos untuk meningkatkan kepuasan para penghuni kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

III.3.1.3 Studi Literatur dan Studi Lapangan

1. Kajian Lapangan

Kajian lapangan merupakan aktivitas yang berkaitan langsung dengan objek penelitian, yaitu pelayanan konsumen dan fasilitas yang tersedia pada Kos *Gallant House*. Pengamatan yang dilakukan terhadap konsumen yang menjadi penghuni kos dan pengambilan data-data yang berhubungan dengan pelayanan kos dalam rangka mengidentifikasi permasalahan yang sedang dihadapi Kos *Gallant House* saat ini.

2. Kajian Literatur

Kajian literatur merupakan kajian suatu permasalahan yang berupa aktivitas dari sudut pandang keilmuan. Kajian literatur pada penelitian ini adalah mengumpulkan jumlah ilmiah, artikel ilmiah, makalah penelitian serta teori yang berkaitan dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD). Kajian ini bertujuan sebagai landasan dalam menganalisis permasalahan yang ada.

III.3.2 Tahap Pengumpulan Data

Tahap kedua pada penelitian ini adalah Tahap Pengumpulan Data. Tahapan-tahapan yang dilakukan yaitu:

III.3.2.1 Identifikasi Kebutuhan Data

Pada tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan data yang akan diolah sesuai dengan permasalahan. Dengan adanya identifikasi tersebut dapat menghasilkan *Voice of Customer* sebagai variable-variabel yang digunakan dalam pembentukan *House of Quality*. Pada penelitian ini, data yang dibutuhkan adalah data primer dan data sekunder. Menurut sumber (Azwar, Metode penelitian, 2004) data penelitian digilangkan sebagai data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai informasi yang dicari, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Identifikasi kebutuhan data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.1.

Tabel III. 1 Identifikasi Kebutuhan Data

No	Data	Jenis Data	Penggunaan Data	Referensi
1	<i>Voice of Customer</i>	Data Primer	Kebutuhan dan keinginan konsumen Kos <i>Gallant House.</i>	Wawancara
2	Penilaian berdasarkan <i>ranking</i> berupa tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen.	Data Primer	Melihat <i>ranking</i> tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut kebutuhan.	Kuesioner
3	Atribut kebutuhan konsumen	Data Primer	Mengidentifikasi lanjut atribut kebutuhan kedalam bentuk karakteristik teknis	Kuesioner
4	Dampak Pesaing	Data Sekunder	Untuk mengetahui informasi tentang pesaing dalam bisnis yang sama.	Dari wawancara dengan penghuni kos (bukan penjaga kos atau pemilik kos) atau Online (Melalui aplikasi penyedia Objek)

Tabel III.1 Identifikasi Kebutuhan Data (lanjutan)

No	Data	Jenis Data	Penggunaan Data	Referensi
5	Dampak pendatang baru	Data Sekunder	Untuk mengetahui informasi tentang pendatang baru dalam bisnis yang sama.	Dari wawancara dengan penghuni kos (bukan penjaga kos atau pemilik kos) atau <i>Online</i> (Melalui aplikasi penyedia Objek)

III.3.2.2 Penentuan Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode wawancara secara langsung dan penyebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung kepada konsumen sebagai penghuni Kos *Gallant House*.

1. Wawancara Konsumen

Proses ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung terhadap konsumen yang menjadi sebagai penghuni Kos *Gallant House* untuk memperoleh atribut kebutuhan konsumen sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian dan mendapatkan data serta keterangan yang berlandaskan kepada tujuan penelitian.

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan suatu bentuk teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan pada metode penelitian. *Survey* kuesisioner dilakukan untuk mengidentifikasi data tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap atribut kebutuhan yang telah didapatkan pada saat wawancara (Sukardi, 1983).

III.3.2.3 Identifikasi Kebutuhan konsumen Terhadap Pelayanan dan Fasilitas Kos *Gallant House*.

Berikut ini dijelaskan beberapa tahapan yang dilakukan dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House*, yaitu:

1. Penentuan Sampel

Menurut Singarimbun (1987) dalam menentukan ukuran / jumlah sampel akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu derajat keseragaman dari populasi, presisi yang dikehendaki dalam penelitian, rencana analisa dan tenaga, biaya dan waktu. Ukuran sampel memiliki jumlah minimal 20 responden dimana jumlah tersebut merupakan jumlah yang tepat dalam penelitian (Sekaran, 2006). Sebagian besar responden, 10 wawancara terlalu sedikit sedangkan 50 wawancara terlalu banyak, akan tetapi wawancara akan dihentikan ketika tidak ada kebutuhan baru yang didapatkan (Ulrich & Eppinger, 2012). Responden yang diwawancara merupakan penghuni Kos *Gallant House*.

2. Pelaksanaan wawancara

Metode wawancara yang dilakukan adalah wawancara secara langsung dengan responden yaitu penghuni Kos *Gallant House* untuk memperoleh *Voice of Customer*.

3. Pengelolaan hasil wawancara

Hasil wawancara akan diinterpretasikan menjadi atribut kebutuhan konsumen. Selanjutnya, atribut kebutuhan tersebut dikelompokkan menurut kesamaan ciri atau karakteristiknya.

4. Penyusuan atribut kebutuhan

Atribut kebutuhan yang telah dikelompokkan dalam beberapa karakteristik selanjutnya berdasarkan 5 dimensi kualitas jasa yang akan dijadikan titik acuan untuk membuat kuesioner yang akan digunakan sebagai sampel penelitian.

III.3.2.4 Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Kos *Gallant House*

1. Perancangan Panduan Kuesioner

Atribut kebutuhan yang diperoleh dari hasil wawancara, kemudian disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang diolah menjadi kuesioner, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Kos *Gallant House*.

2. Penentuan Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang hanya menjadi penghuni di Kos *Gallant House*, sehingga dapat diketahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Kos *Gallant House*.

3. Penentuan Sampel

Pengambilan sampel acak sederhana disebut juga *Simple Random Sampling*. Teknik penarikan sampel menggunakan cara ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian, menurut (Margono, 2004) dan (Sugiyono, 2013) Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh penghuni *Gallant House*.

4. Verifikasi Kuesioner

Verifikasi kuesioner bertujuan untuk mengurangi adanya kesalahan pada pengisian kuesioner. Pada tahapan ini dapat memudahkan responden dalam memahami kuesioner serta mengurangi kesalahan dalam pengambilan data. Apabila responden mengalami kesulitan dalam memahami kuesioner, maka perlu diadakannya evaluasi dan perbaikan desain kuesioner. Untuk verifikasi kuesioner dilakukan dengan dua uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas guna mendapatkan data yang valid dan *reliable*.

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukam fungsi ukurannya (Azwar & Saifudin, 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar - benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti Cooper dan Schindler dalam (Zulganef, 2006). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada uji ini dibantu oleh *software SPSS 26 for windows*, uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk dof (df) = 2 dengan n = jumlah sampel. Jika r dihitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2013), reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Menurut (Sukadji, 2000), uji reliabilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefesien. Koefisien yang tinggi berarti reliabilitas yang tinggi. Kuesioner dinyatakan *reliable* apabila jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten dan stabil. Pada uji ini dibantu dengan *sofrware SPSS 26 for windows* dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.

III.3.2.5 Perancangan Kuisioner

Perancangan kuisioner berdasarkan *need statement* yang diperoleh dari responden melalui metode wawancara serta informasi yang diperlukan pada perancangan kuisioner berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari masing – masing konsumen Kos *Gallant House*. Perancangan Kuisioner pada penelitian ini menggunakan skala likert. Modifikasi terhadap skala likert menjadi 4 (empat) yang

bertujuan untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung pada skala likert 5 (lima) tingkat (Hertanto E. , 2017).

Modifikasi skala likert meniadakan kategori jawaban yang ditengah atau ragu-ragu berdasarkan dua alasan:

1. Kategori *Undeciden*, memiliki arti ganda yang dapat diartikan belum dapat memberikan jawaban (menurut konsep aslinya) atau juga dapat dikatakan setuju, tidak setuju, netral, maupun ragu - ragu.
2. Adanya jawaban nilai 3 (tiga) pada skala lima tingkat dapat menimbulkan jawaban ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang masih ragu atas kecenderungan pendapat responden ke arah yang setuju atau tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban dari skala likert empat tingkat, akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga banyak mengurangi informasi yang didapat dari para responden.

Untuk mengisi kuesioner tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pada setiap atribut, para responden diberikan pilihan penilaian mulai dari nilai 1 sampai dengan 4.

1. Tingkat Kepentingan

Nilai untuk tingkat kepentingan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.2.

Tabel Tabel III. 2 Nilai dari Tingkat Kepentingan

Nilai	Tingkat Kepentingan
1	Tidak Penting
2	Kurang Penting
3	Penting
4	Sangat Penting

2. Tingkat Kepuasan

Nilai untuk tingkat kepuasan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.3.

Tabel Tabel III. 3 Nilai dari Tingkat Kepuasan

Nilai	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Puas
2	Kurang Puas
3	Puas
4	Tidak Puas

III.3.2.6 Penentuan Karakteristik Responden Kuisioner

Karakteristik responden yang mengisi kuisioner merupakan para penghuni Kos *Gallant House*. Dari kuisioner tersebut dapat diketahui karakteristik teknis berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap fungsi kinerja Kos *Gallant House*

III.3.3 Tahap Pengolahan Data

Tahap pengolahan data didapatkan dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan. Pengolahan akan dilakukan dengan cara berikut:

1. *Screening*

Screening digunakan untuk menyaring kuesioner yang didapat sehingga hasil yang didapat memiliki keakuratan, konsisten dan siap untuk diberi kode.

2. *Coding*

Suatu proses menulis, menguji dan memperbaiki, dan memelihara kode yang akan membangun suatu program komputer. Pada penelitian ini *coding* digunakan untuk mempermudah merekap jawaban kuesioner yang telah terkumpul dengan kode berbeda yang diberikan pada saat pengolahan data.

3. Memasukkan data yang sudah diberikan kode ke dalam *Software Microsoft Office Excel 2016*.

Data yang didapatkan dari hasil penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen selanjutnya akan diolah kedalam Matriks *Klein Grid*. Penyebaran kuesioner dilakukan berdasarkan karakteristik responden yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu penyebaran kuesioner kepada responden penghuni Kos *Gallant House*, sehingga mendapatkan perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasannya.

III.3.3.1 Pembuatan Matriks *Klein Grid*

Matriks ini dibuat berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang disediakan Kos *Gallant House*. Tujuan pembuatan matriks ini adalah untuk menentukan variabel yang akan menjadi prioritas dalam pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kos *Gallant House*. Proses pembuatan matriks ini dengan merekapitulasi hasil tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen dari kuesioner. Selanjutnya, akan dikelompokkan ke dalam 4 kategori yang ada pada Matriks *Klein Grid*.

III.3.3.2 Tahap Pengolahan QFD Iterasi 1 (*House of Quality*)

Tahapan ini merupakan tahapan pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari tiap-tiap variabel karakteristik teknis pelayanan Kos *Gallant House* dan dibuat untuk mengetahui karakteristik mana yang perlu untuk ditingkatkan berdasarkan *ranking* yang didapat. Penjelasan tentang matriks HoQ, yaitu:

1. Pengolahan Matriks Perencanaan

Pada matriks ini, atribut kebutuhan (*Voice of Customer*) yang didapatkan dari tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen pada kuesioner yang disebar dan diolah dengan menghitung WAP dari masing-masing tingkatan. Tahapan ini berisikan *Importance to Customer*, *Customer Satisfaction*, *Performance*, *Goal*, *Improvement Ratio*, *Raw Weight*, *Sales Point*, dan *Normalized Raw Weight* untuk melakukan perbaikan kualitas pelayanan Kos *Gallant House*.

2. Penentuan Karakteristik Teknis

Karakteristik teknis berasal dari terjemahan berbagai atribut kebutuhan (*Voice of Customer*). Karakteristik teknis bertujuan untuk menentukan arah perbaikan pada variabel-variabel yang sudah didefinisikan dari *Voice of Customer*.

3. Pembuatan Matriks Teknis

Tahapan ini menunjukkan satuan masing-masing dari karakteristik teknis, nilai kontribusi, normalisasi kontribusi untuk mengetahui variabel-variabel

yang akan diprioritaskan. Metode yang digunakan untuk menentukan nilai target adalah *brainstorming* dengan analisis dari Kos *Gallant House*.

III.3.2.6 Pembuatan Matriks *Klein Grid*

Tahapan ini adalah tahapan untuk melakukan penentuan dan pemilihan konsep yang didapat dari hasil perhitungan QFD iterasi pertama atau *House of Quality*. Kemudian hasilnya akan menjadi *output* yang digunakan pada QFD iterasi kedua atau *Part Deployment Matrix*. Untuk menentukan konsep ini dapat dilihat dari kondisi eksternal dan internal yang sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

1. Konsep Eksternal

Konsep eksternal ini dapat ditemukan dengan proses *benchmarking* mengenai pelayanan dari kompetitor. Proses ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan mengenai pelayanan yang diberikan oleh Kos *Gallant House* & Kos 786.

2. Konsep Internal

Pencarian konsep ini dilakukan dengan cara menetapkan tujuan yang akan dilakukan perusahaan untuk memperbaiki pelayanan. Beberapa tahapan yang dilakukan dalam penentuan konsep adalah sebagai berikut:

a. Penentuan Konsep

Sebelum menentukan sebuah konsep, terlebih dahulu melakukan pencarian konsep internal yang mana dapat dilakukan dengan cara berdiskusi dengan pemilik produk atau jasa. Pencarian konsep secara eksternal dapat dilakukan dengan mencari berdasarkan studi literatur.

b. Pemilihan Konsep

Langkah selanjutnya yaitu hasil dari penentuan beberapa konsep dieksplorasi secara sistematis agar menghasilkan beberapa konsep alternatif. Pemilihan konsep akan diputuskan secara pribadi dan hasil berdiskusi dengan pihak pemilik kos, agar konsep yang dipilih sesuai dengan kemampuan kos dan dapat diterapkan oleh kos.

c. *Decision Matrics*

Tahapan ini adalah tahap dalam pemilihan konsep terbaik dari beberapa alternative yang tersedia dengan melakukan *Concept Screening Matrix*.

III.3.3.4 Tahap Pengolahan QFD Iterasi Kedua (*Part Deployment*)

1. Penentuan Matriks Perencanaan

Pada tahap ini, ditentukan nilai pada setiap karakteristik teknis yang belum memiliki nilai *column weight percentage* dari QFD iterasi satu. Kemudian, nilai yang telah ditentukan akan dijadikan acuan untuk menghitung besarnya nilai korelasi antara karakteristik teknis dengan *critical part* pada QFD iterasi kedua.

2. Penentuan *Critical Part*

Karakteristik yang ada pada HoQ akan diterjemahkan ke dalam *critical part* untuk menentukan arah perbaikan selanjutnya ada variabel yang tidak memenuhi keinginan konsumen. Untuk menjalankan tahap *critical part*, dilakukan *brainstorming* dengan pihak Kos *Gallant House* dan melakukan *benchmarking* dengan kompetitor yaitu Kos 786.

3. Penentuan Matriks Hubungan

Tahap ini dilakukan setelah *critical part* ditentukan, korelasi antar karakteristik teknis dengan *critical part* diberi nilai dengan penentuan matriks hubungan yang terdapat empat *range* nilai untuk penilaian, yaitu 0, 1, 3, dan 9. Nilai yang sudah diberi kemudian akan digunakan pada QFD iterasi kedua.

4. Penentuan Prioritas *Critical Part*

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dalam QFD iterasi kedua, yaitu menentukan kontribusi *critical part* yang akan dilakukan penilaian terhadap prioritas kepada masing-masing *critical part*. Pada tahap ini ditentukan nilai *column weight percentage* pada QFD iterasi satu dengan setiap bobot korelasi *critical part*. Kemudian langkah terakhir yang dilakukan adalah menentukan nilai *column weight*, *probability* dan *ranking* untuk mengurutkan *column weigh percentage* dari yang terbesar hingga terkecil yang menandakan sulit dan mudahnya *critical part* diimplementasikan oleh Kos *Gallant House*, semakin besar nilainya berarti semakin mudah, begitu juga sebaliknya semakin kecil nilainya berarti semakin sulit.

III.3.4 Tahap Analisis Data

Pada tahapan ini adalah tahapan yang berisi beberapa analisis yang dibutuhkan dalam proses perbaikan pelayanan yang diberikan oleh Kos *Gallant House*, analisis-analisis yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

III.3.4.1 Analisis Data

1. Analisis atribut kebutuhan untuk mengetahui variabel-variabel yang akan menjadi kebutuhan dari penghuni Kos *Gallant House*. Pada proses ini akan ditemukan beberapa variabel yang diinginkan oleh penghuni Kos *Gallant House*, dimana variabel itu mendefinisikan kebutuhan konsumen untuk memperbaiki proses pelayanan yang kurang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan berdasarkan atribut kebutuhan yang bertujuan untuk mengetahui atribut manakah yang menurut konsumen sangat penting dan sangat puas terhadap fasilitas, pelayanan dan fungsi kos. Tahapan ini merupakan tahapan yang digunakan yaitu tingkat kepentingan sebagai garis tengah (X) sendangkan tingkat kepuasan garis tengah (Y) pada *Matriks Klein Grid*.
3. Analisis matriks perencanaan untuk mengetahui varibael prioritas yang akan diperbaiki pada pelayanan terhadap konsumen Kos *Gallant House*. Pada setiap variabel yang mendapatkan prioritas utama akan diperbaiki terlebih dahulu untuk memenuhi kepuasan dari konsumen pada saat mendapatkan pelayanan.
4. Analisis penentuan karakteristik teknis bertujuan untuk mengetahui setiap atribut kebutuhan yang diinginkan konsumen yang diperoleh dari *need statement*. Sedangkan analisis *direction of goodness* bertujuan sebagai penentuan arah terbaik yang dapat dicapai dari setiap karakteristik teknis.
5. Analisis hasil *benchmarking* bertujuan untuk mengetahui karakteristik teknis mana yang belum terpenuhi sehingga dilakukan perbaikan terhadap karakteristik teknis tersebut berdasarkan ranking.
6. Analisis penyaringan konsep bertujuan untuk memudahkan Kos *Gallant House* dalam perbaikan dan pengembangan terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia.

7. Analisis *benchmarking* pada *critical part* berdasarkan karakteristik teknis terhadap eksisting Kos *Gallant House* dengan Kos 786 yang dijadikan sebagai target *benchmarking*.

III.3.4.2 Analisis Penyusunan Rekomendasi Perbaikan Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Konsumen Kos *Gallant House*.

Pada tahap ini adalah tahapan yang merupakan bagian menyusun rekomendasi perbaikan pelayanan pada Kos *Gallant House*. Proses penyusunan rekomendasi perbaikan pelayanan sesuai dengan keadaan dan kemampuan perusahaan.

III.3.5 Tahap Hasil Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang telah dirumukkan pada awal penelitian dapat dijawab. Manfaat yang didapatkan oleh Kos *Gallant House* dari penelitian ini adalah dapat memperbaiki kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap konsumen serta meningkatkan ke arah yang lebih baik. Perbaikan yang dilakukan akan menghasilkan peningkatan konsumen dan kepuasan konsumen yang sesuai dengan keinginan konsumen dan saran selanjutnya yang ditujukan bagi Kos *Gallant House* dan bagi penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

IV.1 Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini terdapat dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data primer di dapat berdasarkan data atribut kebutuhan konsumen yang di dapatkan dari hasil observasi serta data hasil kuisioner yang didapat dari penyebaran kuisioner kepada konsumen penghuni kos *Gallant House*. Sedangkan data sekunder didapatkan dari observasi yang dilakukan secara langsung.

IV.1.1 Penyusunan Atribut Kebutuhan

Dalam proses penyusunan kuisioner terdapat lima dimensi *servqual* yang akan dijadikan sebagai acuan dalam pengumpulan data, dimensi tersebut adalah *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Atribut kebutuhan kemudian dikelompokkan berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan kos *Gallant House*. Untuk pengelompokan tersebut dapat dilihat pada Tabel IV.1

Tabel IV. 1 Dimensi dan Atribut Kebutuhan

No	Dimensi	Indikator	Atribut Kebutuhan
1	<i>Tangible</i>	Kondisi Fasilitas dan Peralatan	Kapasitas lahan parkir yang memadai
			Ketersediaan fasilitas internet
			Kebersihan dan kerapihan kos
			Kenyamanan kos
			Ketersediaan sarana ruang tambahan
			Ketersediaan fasilitas kamar
			Kapasitas ruang tunggu yang memadai
2	<i>Reability</i>	Ketepatan dan dapat dipercaya dalam memberikan dan menerima informasi	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet
			Penjaga kos selalu berada di kos

Tabel IV. 1 Dimensi dan Atribut Kebutuhan (Lanjutan)

No	Dimensi	Indikator	Atribut Kebutuhan
3	<i>Responsiveness</i>	Cepat dan tanggap	Respon Penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni
			Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos
			Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan
4	<i>Assurance</i>	Kesopanan dan keamanan	Penjaga kos melakukan pengawasan secara rutin
			Penghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang
5	<i>Empathy</i>	Memahami kemauan penghuni	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dari para penghuni kos
			Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos

IV.2 Pengolahan Hasil Kuisioner

Berikut merupakan hasil pengolahan data yang didapat berdasarkan tanggapan responden terhadap kuisioner yang telah disebar. Pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan *software SPSS 26 for windows*.

IV.2.1 Pengkodean Atribut Kebutuhan

Proses Pengkodean atribut kebutuhan dilakukan untuk mempermudah dalam proses pengolahan data, dengan cara setiap atribut kebutuhan diberi notasi nama yang disesuaikan dengan masing – masing atribut kebutuhan dan diikuti dengan notasi angka sesuai dengan urutan. Pengkodean variabel dapat dilihat pada Tabel IV.2

Tabel IV. 2 Pengkodean Variabel

No	Dimensi	Atribut Kebutuhan	Kode Atribut
1	<i>Tangible</i>	Kapasitas lahan parkir yang memadai	X1
		Ketersediaan fasilitas internet	X2
		Kebersihan dan kerapihan kos	X3
		Kenyamanan kos	X4
		Ketersediaan sarana ruang tambahan	X5
		Ketersediaan fasilitas kamar	X6
		Kapasitas ruang tunggu yang memadai	X7
2	<i>Reability</i>	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet	X8
		Penjaga kos selalu berada di kos	X9
3	<i>Responsiveness</i>	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni	X10
		Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos	X11
		Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan	X12
4	<i>Assurance</i>	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin	X13
		Peenghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang	X14
5	<i>Empathy</i>	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos	X15
		Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos	X16

IV.3 Identifikasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam tahapan ini dilakukan identifikasi berupa tingkat kepentingan dan kepuasan para konsumen yang didapat dari hasil wawancara. Penilaian diperoleh para konsumen yang didapat dari hasil wawancara. Penilaian didapatkan berupa tingat kepentingan dan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang disediakan di kos *Gallant House*.

IV.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

IV.3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner dinyatakan valid atau tidak tergantung dari pertanyaan pada kuisioner apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur melalui kuisioner. Pada uji

validitas ini dibantu dengan menggunakan *Software SPSS 26 for Windows*. Setelah itu, dilakukan uji signifikan dengan cara membandingkan nilai r-Hitung dengan nilai r-Tabel untuk *Degree of Freedom* (dof) = n-2, yang mana n adalah jumlah sampel. Berdasarkan (Ulrich & Eppinger, 1995), uji validitas dilakukan pada 46 responden, masing – masing ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Pada penelitian ini jumlah sampel (n) sebanyak 46, alpha = 0,05, maka nilai uji r tabel 0,291. Variabel dikatakan valid jika r-Hitung lebih besar dari 0,291. Nilai uji validitas untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari penghuni kos *Gallant House* dapat diilhat pada tabel IV.3.

Tabel IV. 3 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos *Gallant House*

No.	Dimensi	Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	<i>Tangible</i>	X1	0,351	0,291	VALID
		X2	0,483	0,291	VALID
		X3	0,401	0,291	VALID
		X4	0,355	0,291	VALID
		X5	0,334	0,291	VALID
		X6	0,432	0,291	VALID
		X7	0,347	0,291	VALID
2	<i>Reability</i>	X8	0,329	0,291	VALID
		X9	0,405	0,291	VALID
3	<i>Responsiveness</i>	X10	0,309	0,291	VALID
		X11	0,317	0,291	VALID
		X12	0,406	0,291	VALID
4	<i>Assurance</i>	X13	0,338	0,291	VALID
		X14	0,473	0,291	VALID
5	<i>Empathy</i>	X15	0,302	0,291	VALID
		X16	0,297	0,291	VALID

Tabel IV. 4 Tingkat Kepuasan Konsumen Kos *Gallant House*

No	Dimensi	Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	<i>Tangible</i>	X1	0.568	0,291	VALID
		X2	0.471	0,291	VALID
		X3	0.308	0,291	VALID
		X4	0.408	0,291	VALID
		X5	0.317	0,291	VALID
		X6	0.435	0,291	VALID
		X7	0.362	0,291	VALID
2	<i>Reability</i>	X8	0.367	0,291	VALID
		X9	0.494	0,291	VALID
3	<i>Responsiveness</i>	X10	0.298	0,291	VALID
		X11	0.302	0,291	VALID
		X12	0.380	0,291	VALID
4	<i>Assurance</i>	X13	0.410	0,291	VALID
		X14	0.637	0,291	VALID
5	<i>Empathy</i>	X15	0.299	0,291	VALID
		X16	0.340	0,291	VALID

Tabel IV. 5 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos 786

No	Dimensi	Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	<i>Tangible</i>	X1	0.474	0,291	VALID
		X2	0.330	0,291	VALID
		X3	0.484	0,291	VALID
		X4	0.335	0,291	VALID
		X5	0.407	0,291	VALID
		X6	0.297	0,291	VALID
		X7	0.348	0,291	VALID
2	<i>Responsiveness</i>	X8	0.356	0,291	VALID
		X9	0.339	0,291	VALID
3	<i>Reability</i>	X10	0.405	0,291	VALID
		X11	0.302	0,291	VALID
		X12	0.352	0,291	VALID
4	<i>Assurance</i>	X13	0.309	0,291	VALID
		X14	0.433	0,291	VALID
5	<i>Empathy</i>	X15	0.318	0,291	VALID
		X16	0.401	0,291	VALID

(Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Kuisioner Kos 786)

Tabel IV. 6 Validitas Tingkat Kepentingan Konsumen Kos 786

No	Dimensi	Variabel	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	<i>Tangible</i>	X1	0,343	0,291	VALID
		X2	0,294	0,291	VALID
		X3	0,342	0,291	VALID
		X4	0,317	0,291	VALID
		X5	0,319	0,291	VALID
		X6	0,302	0,291	VALID
		X7	0,306	0,291	VALID
2	<i>Responsiveness</i>	X8	0,338	0,291	VALID
		X9	0,330	0,291	VALID
3	<i>Reability</i>	X10	0,358	0,291	VALID
		X11	0,319	0,291	VALID
		X12	0,326	0,291	VALID
4	<i>Assurance</i>	X13	0,336	0,291	VALID
		X14	0,368	0,291	VALID
5	<i>Empathy</i>	X15	0,313	0,291	VALID
		X16	0,316	0,291	VALID

(Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Kuisioner Kos 786)

Berdasarkan hasil uji validitas semua atribut kebutuhan telah valid karena r-Hitung > 0,291 untuk tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan.

IV.3.1.2 Reabilitas

(Ghozali, 2002) menyatakan bahwa nilai yang mendekati atau menunjukkan tingkat konsistensi yang tinggi. Dalam melakukan uji reliabilitas menggunakan bantuan *software SPSS 26 for Windows*, dalam penelitian ini jumlah sampel (n) sebanyak 46. Untuk jumlah sampel (n) sebanyak 46, *Crombach Alpha* > 0.291, maka variabel dikatakan *reliable* dapat dilhat pada tabel IV.5.

Tabel IV. 7 Uji Reliabilitas Kos *Gallant House*

No	Variabel	<i>Crombach Alpha</i>	r-Tabel	keterangan
1	Kepentingan	0.573	0.291	Reliabel
2	Kepuasan	0.929	0.291	Reliabel

Tabel IV. 8 Uji Reliabilitas Kos 786

No	Variabel	Crombach Alpha	r-Tabel	keterangan
1	Kepentingan	0.573	0.291	Reliabel
2	Kepuasan	0.836	0.291	Reliabel

(Sumber: Hasil Rekapitulasi Data Kuisioner Kos 786)

Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas di atas, dapat dilihat terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan *reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,291.

IV.4 Identifikasi Perhitungan WAP Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Kos *Gallant House* dan Kos 786

Berdasarkan hasil kuisioner yang diperoleh diolah dengan menghitung nilai rata-rata dari seluruh jawaban yang diberikan oleh responden dengan menggunakan metode *Weighted Average Performance* (WAP), dari hasil tersebut dapat ditemukan nilai dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Pada nilai bobot tingkat kepentingan dan kepuasan menunjukkan prioritas nilai WAP dari setiap atribut kebutuhan, semakin tinggi nilai dari bobot WAP maka akan semakin tinggi prioritas dari atribut kebutuhan tersebut. Jadi jika semakin tinggi prioritasnya maka semakin baik kinerja pada atribut kebutuhan tersebut. Berikut merupakan Tabel IV.6 hasil WAP yang diperoleh pada setiap atribut kebutuhan.

Tabel IV. 9 WAP Pada Setiap Atribut Kebutuhan

WAP KOS GALLANT HOUSE		
Atribut Kebutuhan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
X1	3.70	2.39
X2	3.57	1.61
X3	3.52	1.89
X4	3.61	2.30
X5	3.11	2.67
X6	3.61	1.72
X7	3.24	2.41

Tabel IV. 9 WAP Pada Setiap Atribut Kebutuhan (Lanjutan)

WAP KOS GALLANT HOUSE		
Atribut Kebutuhan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
X8	3.24	1.30
X9	3.46	1.43
X10	3.61	2.72
X11	3.41	2.22
X12	3.50	2.89
X13	3.43	1.57
X14	3.43	2.70
X15	3.37	3.15
X16	3.59	3.63

Tabel IV. 10 WAP Pada Setiap Atribut Kebutuhan

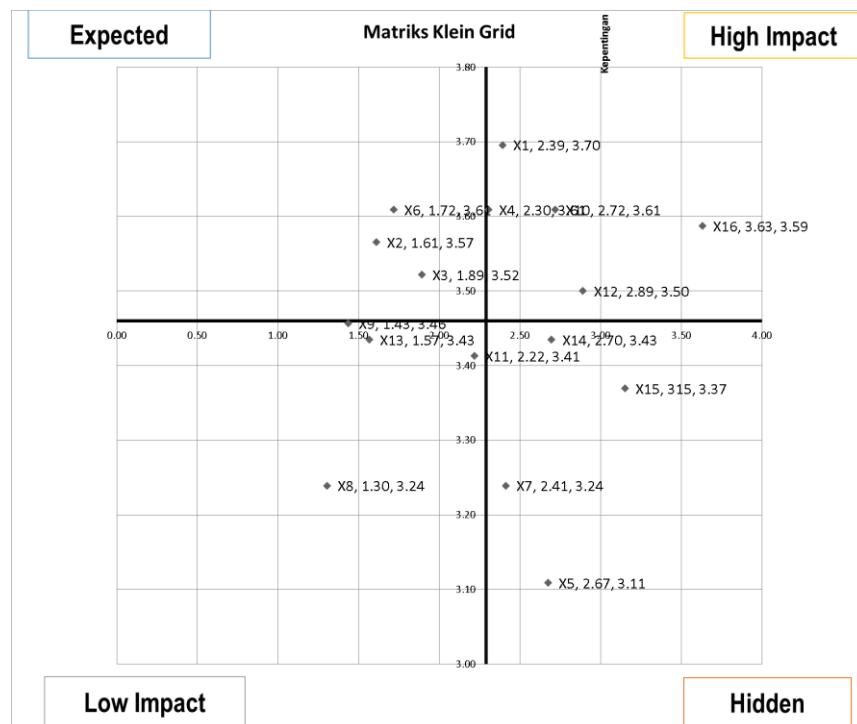
WAP KOS 786		
Atribut Kebutuhan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
X1	3.43	3.43
X2	3.24	3.67
X3	3.57	3.48
X4	3.11	3.46
X5	3.50	3.46
X6	3.59	3.24
X7	3.24	3.54
X8	3.61	3.74
X9	3.43	3.41
X10	3.46	3.72
X11	3.37	3.48
X12	3.70	3.72
X13	3.61	3.80
X14	3.61	3.70
X15	3.41	3.70
X16	3.52	3.65

IV.5 Perancangan *House of Quality*

Pada tahap *House of Quality* iterasi pertama, untuk semua atribut – atribut kebutuhan yang telah diidentifikasi akan dikelompokkan kedalam matriks perencanaan.

IV.5.1 Matriks *Klein Grid*

Matriks Klein Grid adalah hasil pengelompokan atribut kebutuhan yang dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu *expected*, *high impact*, *low impact* dan *hidden*. *Matriks Klein Grid* di dapatkan dari hasil pengelompokan dari tingkat kepentingan dan tingkan kepuasan pada masing – masing atribut kebutuhan yang diperoleh dari tahap sebelumnya. Hasil *Matriks Klein Grid* tersebut akan digunakan referensi dalam menentukan *goal* dan nilai *sales point*. Hasil dari pengelompokan atribut kedalam *Matriks Klein Grid* dapat dilihat pada Gambar IV.1.



Gambar IV. 1 Matriks *Klein Grid*

Dari hasil *Matriks Klein Grid* yang didapatkan, dikelompokkan menjad 4 kategori. Untuk kategori *expected* terdapat 3 variabel atribut kebutuhan. Untuk *high impact* terdapat 5 varaibel atribut kebutuhan. Untuk kategori *low impact* terdapat 4 variabel atribut kebutuhan. Sedangkan untuk kategoi *hidden* terdapat 4 variabel

atribut kebutuhan. Pengelompokan Matriks *Klein Grid* dapat dilihat pada Tabel IV.1.

Tabel IV. 11 Pengelompokan Matriks *Klein Grid*

Variabel	Expected	High Impact	Low Impact	Hidden
X2	X1		X8	X5
X3	X4		X9	X7
X6	X10		X11	X14
	X12		X13	X15
	X16			

IV.5.2 Matriks Perencanaan

Pada penelitian ini, matriks perencanaan digunakan untuk mengukur kebutuhan – kebutuhan yang diperlukan konsumen dan menetapkan tujuan performansi kepuasan. Hasil dari perhitungan matriks perencanaan dapat dilihat pada Tabel IV.8.

Tabel IV. 12 Matriks Perencanaan

Kode Atribut	Matriks <i>Klein Grid</i>	Customer Satisfaction Performance	Importance to Customer	Goal	Improvement ratio	Sales point	Raw weight	Normalized raw weight
X1	HIM	2.39	3.70	3.04	1.27	1.5	7.06	0.08
X2	EXP	1.61	3.57	2.59	1.61	1.2	6.88	0.08
X3	EXP	1.89	3.52	2.71	1.43	1.2	6.05	0.07
X4	HIM	2.30	3.61	2.96	1.28	1.5	6.95	0.08
X5	HID	2.67	3.11	2.89	1.08	1.2	4.03	0.05
X6	EXP	1.72	3.61	2.66	1.55	1.2	6.71	0.08
X7	HID	2.41	3.24	2.83	1.17	1.2	4.55	0.05

Tabel IV.12 Matriks Perencanaan (lanjutan)

Kode Atribut	Matriks Klein Grid	Customer Satisfaction Performance	Importance to Customer	Goal	Improvement ratio	Sales point	Raw weight	Normalized raw weight
X8	LIM	1.30	3.24	2.27	1.74	1	5.64	0.07
X9	LIM	1.43	3.46	2.45	1.70	1	5.89	0.07
X10	HIM	2.72	3.61	3.16	1.16	1.5	6.30	0.07
X11	LIM	2.22	3.41	2.82	1.27	1	4.33	0.05
X12	HIM	2.89	3.50	3.20	1.11	1.5	5.80	0.07
X13	LIM	1.57	3.43	2.50	1.60	1	5.49	0.06
X14	HID	2.70	3.43	3.07	1.14	1.5	5.86	0.07
X15	HID	3.15	3.37	3.26	1.03	1.2	4.18	0.05
X16	HIM	3.63	3.59	3.61	0.99	1.5	5.35	0.06

Pada tahap ini, dilakukan penentuan nilai *goal* dengan mempertimbangkan kepentingan tiap atribut serta kesanggupan dalam memenuhi *Customer Needs*. Sedangkan untuk perhitungan *improvement ratio* yang merupakan perbandingan antara sasaran yang ingin dicapai dengan tingkat kepuasan pelanggan serta fasilitas yang sudah ada. Kemudian untuk penentuan *sales point* dengan memberikan informasi tentang kemampuan suatu perusahaan dalam menjual jasa yang didasarkan pada seberapa jauh kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, nilai ini didapat berdasarkan *Matriks Klein Grid* yang menunjukkan bahwa keterangan *Low Impact* maka diberi nilai 1, yang berarti terpenuhi atau tidaknya sebuah atribut yang masuk ke dalam kategori *Low Impact* ini. Jika nilai yang didapat menunjukkan *Expected* maka diberi nilai 1.2, dimana pada atribut ini dapat dipenuhi oleh pesaing lainnya sehingga daya jual tidak terlalu tinggi. Apabila nilai yang didapat menunjukkan *High Impact* maka diberi 1.5, dimana atribut tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Jika nilai menunjukkan *Hidden* maka diisikan nilai 1,1.2, atau 1.5 tergantung pada definsi berdasarkan *need statement* itu sendiri dan bagaimana dampak jika *need statement* terpenuhi oleh produk. *Sales Point* yang terdapat pada tabel di atas ditentukan oleh pemilikkos berdasarkan atribut kebutuhan yang mempengaruhi kualitas kos. Penentuan nilai *raw weight*

dipengaruhi oleh *improvement ratio*, *sales point*, serta tingkat kepentingan. Berikut merupakan nilai *raw weight*.

$$\text{Raw Weight} = \text{Tingkat Kepentingan} \times \text{Improvement Ratio} \times \text{Sales Point}$$

Jika nilai yang di dapat untuk *raw weight* maka semakin penting *customer needs* tersebut. Setelah Mendapatkan nilai *raw weight* dapat diketahui nilai *normalized raw weight* yang akan menunjukkan persentasi dari setiap atribut – atribut kebutuhan, nilai *normalized raw weight* memiliki skala 0 hingga 100 (dalam persen). Hasil perhitungan matriks perencanaan ini yang akan dijadikan sebagai acuan dalam penentuan *ranking* terhadap prioritas perbaikan yang ada pada rancangan *House of Quality* (HOQ).

IV.5.2.1 Identifikasi Karakteristik Teknis

Berdasarkan atribut kebutuhan yang telah diperoleh kemudian di identifikasi ke dalam karakteristik teknis yang dapat dilihat pada tabel IV.9.

Tabel IV. 13 Karakteristik Teknis

No	Needs Statement	Metrik	Kode
1	Kapasitas lahan parkir yang memadai	Standar luas area parkir	K1
2	Ketersediaan fasilitas internet	Standar fasilitas internet	K2
3	Kebersihan dan kerapihan kos	Ketersediaan Houskeeping Tools	K3
		Standar kebersihan kos	K4
4	Kenyamanan kos	Standar lingkungan kos	K5
		Standar kenyamanan kos	K6
5	Ketersediaan sarana ruang tambahan	Standar sarana ruang tambahan	K7
6	Ketersediaan fasilitas kamar	Standar fasilitas kamar	K8
7	Kapasitas ruang tunggu yang memadai	Standar kebutuhan ruang tunggu	K9
8	Kemudahan dalam mengakses infomasi kos di internet	Pemasangan iklan	K10
9	Penjaga selalu berada di kos	Prosedur Kerja (SOP)	K11
10	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni	Prosedur melayani penghuni kos	K12
11	Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos	Standar waktu pelayanan	K13
		Kualitas SDM	K14
		Standar ketepatan pelayanan	K15

Tabel IV.13 Karakteristik Teknis (lanjutan)

No	Needs Statement	Metrik	Kode
12	Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan	Prosedur menegur penghuni kos	K16
13	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin	SOP Keamanan	K17
14	Penghuni tidak perlu merasa ragu dan takut lehilangan barang	Standar fasilitas kemanan	K18
15	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos	Fasilitas kritik dan saran	K19
16	Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos	Keramahan dalam melayani penghuni kos	K20

Setelah menentukan karakteristik teknis pada setiap *true customer needs*, selanjutnya masuk pada tahap penentuan *direction of goodness* yang bertujuan untuk mengetahui arah target terbaik atau peningkatan yang dapat dicapai untuk setiap karakteristik teknis yang telah ditentukan *direction of goodness* bertujuan untuk mengetahui arah target terbaik atau peningkatan yang dapat dicapai untuk setiap karakteristik teknis. Penentuan kategori *direction of goodness* dilakukan melalui proses diskusi dengan pihak Kos *Gallant House*, dengan mempertimbangkan karakteristik teknis yang telah ditentukan. *Direction of Goodness* terdapat 3 (tiga) buah kategori, berikut kategori *direction of goodness* dapat dilihat pada Tabel IV.10

Tabel IV. 14 Kategori *Direction of Goodness*

<i>Direction of Goodness</i>	
Singkatan	Arti
MTB	<i>The More The Better</i> (semakin tinggi atau banyak semakin bagus)
LTB	<i>The Less The Better</i> (semakin kecil atau sedikit semakin bagus)
TB	<i>Target is Best</i> (untuk ukuran tertentu sudah bagus)

Penentuan kategori *direction of goodness* terhadap masing – masing karakteristik teknis melalui tahap validasi oleh pihak Kos *Gallant House*, berikut merupakan *direction of goodness* terhadap masing – masing karakteristik teknis.

Tabel IV. 15 *Direction of Goodness*

No	Karakteristik Teknis	Direction of Goodness
1	Standar luas <i>area parkir</i>	MTB
2	Standar fasilitas <i>internet</i>	MTB
3	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	TB
4	Standar kebersihan kos	MTB
5	Standar lingkungan kos	MTB
6	Standar kenyamanan kos	MTB
7	Standar sarana ruang serbaguna	TB
8	Standar failitas kamar	MTB
9	Standar kebutuhan ruang tunggu	MTB
10	Pemasangan iklan	TB
11	Prosedur kerja (SOP)	TB
12	Prosedur melayani penghuni kos	MTB
13	Standar waktu pelayanan	LTB
14	Kualitas SDM	MTB
15	Standar ketepatan pelayanan	TB
16	Prosedur menegur penghuni kos	TB
17	SOP Keamanan	MTB
18	Standar fasilitas keamanan	MTB
19	Fasilitas kritik dan saran	TB
20	Keramahan dalam melayani penghuni kos	MTB

IV.5.2.2 Korelasi Antar Karakteristik Teknis

Identifikasi hubungan antar karakteristik teknis ini memiliki tujuan sebagai bahan pertimbangan apakah pemenuhan suatu target karakteristik teknis berpengaruh terhadap karakteristik teknis lainnya. Untuk membedakan tingkatan korelasi karakteristik teknis dapat ditentukan oleh simbol – simbol yang dapat dilihat pada Gambar IV.2.

Korelasi Antar Metrik	
Simbol	Arti
JJ	Strong Positive Impact
J	Moderate Positive Impact
blank	No Impact
← X	Moderate Negative Impact
↔ XX	Strong Negative Impact

Gambar IV. 2 Simbol Hubungan Karakteristik Teknis

Pada gambar IV.3 dapat dilihat contoh pengisian simbol hubungan karakteristik teknis pada matriks korelasi yang terdapat pada *House of Quality*.

MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	TB	TB	MTB	LTB	MTB	LTB	MTB	TB	TB	MTB	MTB	TB	TB	TB	
Standar luas area parkir																				
	Standar fasilitas internet																			
		Ketersedian Housekeeping Tools																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	

Gambar IV. 3 Sampel Matriks Korelasi (*House of Quality*)

IV.5.2.3 Penentuan Matriks Hubungan

Dalam tahap ini menentukan hubungan antara masing–masing *true customer needs* dengan karakteristik teknis, kemudian hubungan antara *customer needs* dengan karakteristik teknis tersebut diterjemahkan menjadi suatu penilaian antar 2 (dua) komponen tersebut. Berikut contoh pengisian nilai matriks hubungan, dapat dilihat pada Gambar IV.4.

Direction of Goodness		MTB	MTB
Karakteristik Teknis		Standar luas area parkir	Standar fasilitas internet
Needs Statement		1	2
Kapasitas lahan parkir yang memadai		9	0
		0.7407	0

Gambar IV. 4 Sampel Matriks Hubungan (*House of Quality*)

IV.5.2.4 Identifikasi Tingkat kesulitan Setiap Karakteristik Teknis

Dalam melakukan perbaikan peningkatan kualitas pelayanan Kos *Gallant House* memiliki tingkat kesulitan terhadap masing – masing karakteristik teknis. Penentuan penilaian tingkat kesulitan diperoleh berdasarkan hasil diskusi bersama internal, tingkat penilaian kesulitan dapat dinyatakan dan dapat dijabarkan dalam skala nilai 1 sampai dengan 4. Dapat dilihat pada Tabel IV.12 yang merupakan penilaian tingkat kesulitan pada setiap karakteristik teknis.

Tabel IV. 16 Tingkat Kesulitan Setiap Karakteristik Teknis

No	Metrik	Tingkat Kesulitan
1	Standar luas <i>area parkir</i>	4
2	Standar fasilitas <i>internet</i>	1
3	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	1
4	Standar kebersihan kos	1
5	Standar lingkungan kos	4
6	Standar kenyamanan kos	2
7	Standar sarana ruang tambahan	3
8	Standar fasilitas kamar	2
9	Standar kebutuhan ruang tunggu	3
10	Pemasangan iklan	1
11	Prosedur kerja (SOP)	2
12	Prosedur melayani penghuni kos	3
13	Standar waktu pelayanan	3
14	Kualitas SDM	3
15	Standar ketepatan pelayanan	3
16	Prosedur menegur penghuni kos	2
17	SOP Keamanan	3
18	Standar fasilitas keamanan	4
19	Fasilitas kritik dan saran	1
20	Keramahan dalam melayani penghuni kos	2

IV.5.2.5 Perhitungan Nilai Kontribusi, Normalisasi Kontribusi dan Ranking

Nilai prioritas terhadap kepuasan yang dibreikan kepada konsumen dinyatakan sebagai kontribusi, nilai kontribusi menunjukkan pengaruh karakteristik teknis dalam pemenuhan yang menunjukkan seberapa besar kepuasan konsumen. Nilai kontribusi didapatkan dari hasil perkalian karakteristik teknis dengan *normalized raw weight* dalam satu variabel karakteristik teknis. Normalisasi

kontribusi didapatkan dari jumlah nilai kontribusi pada satu variabel karakteristik teknis. Dapat dilihat pada Tabel IV.13 yang menunjukkan nilai kontribusi, normalisasi kontribusi karakteristik teknis.

Tabel IV. 17 Nilai Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi

No	Metrik	Kontribusi	Normalisasi Kontribusi
1	Standar luas <i>area parkir</i>	4.47	0.04
2	Standar fasilitas <i>internet</i>	4.68	0.04
3	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	3.88	0.04
4	Standar kebersihan kos	6.60	0.06
5	Standar lingkungan kos	6.59	0.06
6	Standar kenyamanan kos	8.44	0.08
7	Standar sarana ruang tambahan	2.93	0.03
8	Standar fasilitas kamar	4.96	0.05
9	Standar kebutuhan ruang tunggu	4.16	0.04
10	Pemasangan iklan	2.14	0.02
11	Prosedur kerja (SOP)	5.37	0.05
12	Prosedur melayani penghuni kos	6.55	0.06
13	Standar waktu pelayanan	5.61	0.05
14	Kualitas SDM	6.27	0.06
15	Standar ketepatan pelayanan	6.01	0.06
16	Prosedur menegur penghuni kos	5.28	0.05
17	SOP Keamanan	6.65	0.06
18	Standar fasilitas keamanan	6.16	0.06
19	Fasilitas kritik dan saran	6.36	0.06
20	Keramahan dalam melayani penghuni kos	5.64	0.05

IV.5.2.6 Identifikasi *Technical Competitive Benchmarking*

Tujuan *Technical Competitive Benchmarking* untuk membandingkan eksisting berdasarkan karakteristik teknis dari Kos *Gallant House* dengan eksisting berdasarkan karakteristik teknis Kos 786 sebagai target. Pada *benchmarking* ini akan ditentukan apakah eksisting berdasarkan karakteristik teknis dari Kos 786 lebih baik atau tidak. Jika eksisting lebih baik dari pesaing akan dipertahankan atau dilakukan peningkatan terhadap karakteristik teknis Kos *Gallant House*, sedangkan eksisting lebih buruk dari pesaing, akan dijadikan target untuk perbaikan. Penyajian *Technical Competitive Benchmarking* dapat diphat pada Tabel IV.14.

Tabel IV. 18 *Technical Competitive Benchmarking* Karakteristik Teknis

No	Karakteristik Teknis	Satuan	Eksisting Kos Gallant House	Eksisting Kos 786	Target
1	Standar luas <i>area parkir</i>	m ²	49,5	104	104
2	Standar fasilitas <i>internet</i>	Binary	Tidak	Ya	Ya
3	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	Binary	Ya	Ya	Optimal
4	Standar kebersihan kos	Binary	Tidak	Ya	Ya
5	Standar lingkungan kos	Binary	Ya	Ya	Optimal
6	Standar kenyamanan kos	Binary	Ya	Ya	Optimal
7	Standar sarana ruang tambahan	m ²	7	0	Optimal
8	Standar failitas kamar	Binary	Ya	Ya	Optimal
9	Standar kebutuhan ruang tunggu	m ²	3	0	Optimal
10	Pemasangan iklan	Binary	Tidak	Ya	Ya
11	Prosedur kerja (SOP)	SOP	Ya	Ya	Optimal
12	Prosedur melayani penghuni kos	SOP	Ya	Ya	Optimal
13	Standar waktu pelayanan	Menit	20.00	10.00	10
14	Kualitas SDM	Binary	Tidak	Ya	Ya
15	Standar ketepatan pelayanan	SOP	Tidak	Ya	Ya
16	Prosedur menegur penghuni kos	SOP	Ya	Ya	Optimal
17	SOP Keamanan	SOP	Ya	Ya	Optimal
18	Standar fasilitas keamanan	Binary	Tidak	Ya	Ya
19	Fasilitas kritik dan saran	Binary	Ya	Ya	Optimal
20	Keramahan dalam melayani penghuni kos	SOP	Ya	Ya	Optimal

IV.5.2.7 Penentuan *Ranking* Karakteristik Teknis

Berdasarkan nilai kontribusi yang diperoleh, selanjutnya dilakukan penentuan *ranking* sebagai langkah penentuan perbaikan dari setiap karakteristik teknis. Nilai tersebut diurutkan dari nilai yang terbesar ke nilai yang terkecil berdasarkan nilai kontribusi yang didapatkan. *Ranking* dari setiap karakteristik teknis dapat dilihat pada Tabel IV.15.

Tabel IV. 19 *Ranking* setiap Karakteristik Teknis

Ranking	Karakteristik Teknis	Keterangan
16	Standar luas <i>area parkir</i>	Belum Terpenuhi
15	Standar fasilitas <i>internet</i>	Belum Terpenuhi
18	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	Terpenuhi
3	Standar kebersihan kos	Belum Terpenuhi
4	Standar lingkungan kos	Terpenuhi
1	Standar kenyamanan kos	Terpenuhi
19	Standar sarana ruang tambahan	Terpenuhi
14	Standar fasilitas kamar	Terpenuhi
17	Standar kebutuhan ruang tunggu	Terpenuhi
20	Pemasangan iklan	Belum Terpenuhi
12	Prosedur kerja (SOP)	Terpenuhi
5	Prosedur melayani penghuni kos	Terpenuhi
11	Standar waktu pelayanan	Belum Terpenuhi
7	Kualitas SDM	Belum Terpenuhi
9	Standar ketepatan pelayanan	Belum Terpenuhi
13	Prosedur menegur penghuni kos	Terpenuhi
2	SOP Keamanan	Terpenuhi
8	Standar fasilitas keamanan	Belum Terpenuhi
6	Fasilitas kritik dan saran	Terpenuhi
10	Keramahan dalam melayani penghuni kos	Terpenuhi

IV.5.3 Pengembangan Konsep

IV.5.3.1 Penentuan Konsep

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis pengembangan konsep, yaitu konsep internal dan konsep eksternal. Pada konsep internal akan dilakukan diskusi terhadap pihak Kos *Gallant House*, sedangkan untuk konsep eksternal dilakukan diskusi terhadap pihak - pihak yang lebih berpengalaman. Dari hasil konsep internal dan eksternal tersebut akan menghasilkan konsep referensi dan alternatif. Konsep tersebut dapat dilihat pada Tabel IV.16.

Tabel IV. 20 Pengembangan Konsep

Karakteristik Teknis	Eksisting	Konsep A	Konsep B	Konsep C
		Optimasi	Inovasi	Kombinasi
Standar luas area parkir	Ukuran yang tersedia saat ini belum cukup untuk menampung seluruh kendaraan para penghuni dan para tamu	Lahan parkir diperluas	Penataan kendaraan perlu diperbaiki untuk memaksimalkan kapasitas parkir	Lahan parkir diperluas dan penataan kendaraan perlu di perbaiki sesuai kapasitas yang tersedia
Standar fasilitas internet	Fasilitas internet saat ini belum tersedia	Menyediakan fasilitas internet sesuai kebutuhan	Menyediakan fasilitas internet sesuai kebutuhan	Menyediakan fasilitas internet sesuai kebutuhan
Standar kebersihan kos	parameter yang digunakan menunjukkan kos masih belum bersih	Penjaga kos membersihkan secara rutin	Penjaga kos membersihkan secara rutin	Penjaga kos membersihkan secara rutin
Pemasangan iklan	Pemasangan iklan belum tersedia di sosial media	Menyediakan iklan di sosial media	Menyediakan Web	Menyediakan iklan di sosial media dan menyediakan web
Standar waktu pelayanan	Belum ada parameter waktu maksimal dalam proses pelayanan	Penetapan waktu maksimal untuk melayani penghuni kos	Penetapan waktu maksimal untuk melayani penghuni kos	Penetapan waktu maksimal untuk melayani penghuni kos

Tabel IV.20 Pengembangan Konsep (lanjutan)

Karakteristik Teknis	Eksisting	Konsep A	Konsep B	Konsep C
		Optimasi	Inovasi	Kombinasi
Kualitas SDM	SDM dimiliki belum memenuhi standar kebutuhan dalam meningkatkan pelayanan	Mendapatkan SDM yang sesuai standar kebutuhan	Meningkatkan pengawasan terhadap SDM oleh pemilik kos	Mendapatkan SDM yang sesuai standar kebutuhan dan meningkatkan pengawasan terhadap SDM oleh pemilik kos
Standar ketepatan pelayanan	Masih ada pelayanan yang kurang memuaskan	Memberikan pelatihan pada SDM	Melakukan pengawasan terhadap SDM	Memberikan pelatihan dan melakukan pengawasan terhadap SDM
Sandar fasilitas kemanan	Belum ada fasilitas keamanan yang memadai	Menyediakan fasilitas keamanan	Menambah kualitas keamanan	Menyediakan dan menambah fasilitas keamanan yang memadai

Pada tabel diatas merupakan konsep eksisting yang sudah ada di Kos *Gallant House*. Konsep A adalah konsep optimasi yang menawarkan alternatif yang bertujuan untuk memberikan alternatif lain dari konsep eksisting. Konsep B merupakan konsep yang bertujuan untuk memberikan alternatif lain terhadap konsep eksisting. Sedangkan untuk konsep C merupakan kombinasi antara konsep A (Optimasi) dan konsep B (Inovasi). Pada langkah pengembangan konsep ini, dilakukan *brainstorming* atau perbandingan terhadap Kos *Gallant House* dengan Kos 786 dan memperhatikan kemampuan dari Kos *Gallant House* itu sendiri.

IV.5.3.2 Pemilihan Konsep

Metode yang digunakan untuk proses pemilihan konsep merupakan metode *Decision matrices*. Alternatif yang telah diperoleh dari proses pengembangan konsep akan dibandingkan dengan konsep referensi dari eksisting Kos *Gallant House*

IV.5.3.3 Decision Matrix

Untuk menentukan konsep menggunakan *decision matrices* adalah dengan menilai konsep – konsep tersebut. Penilaian konsep dilakukan dengan diskusi yang melibatkan pihak Kos *Gallant House*. Dalam pemberian nilai untuk konsep ini dapat diberikan nilai (+), (-), atau (0). Pemberian nilai (+) yang berarti nilai relatif lebih baik, untuk nilai (-) yang berarti relatif lebih buruk, sedangkan nilai (0) berarti memiliki nilai yang sama dengan konsep eksisting. Kriteria dalam seleksi penilaian pada pemilihan konsep ini dipilih berdasarkan efektivitas, efisiensi, serta biaya yang dibutuhkan dan kemudahan dalam merealisasikannya. Konsep ini dinilai lebih baik apabila mampu memenuhi kriteria seleksi dibandingkan dengan konsep referensi. Konsep ini dinilai lebih buruk, jika kurang mampu memenuhi kriteria seleksi dibandingkan konsep referensi. Setelah melakukan penilaian konsep, lalu menghitung jumlah nilai lebih baik, lebih buruk, dan sama dengan, kemudia dibuat peringkat berdasarkan total nilai konsep dapat dilihat pada Tabel IV.17.

Tabel IV. 21 Matriks Penyaringan Konsep

<i>Selection Criteria</i>	<i>Concepts</i>			
	Eksisting	A	B	C
Efektivitas	0	+	-	+
Efisiensi	0	+	0	0
Biaya yang dibutuhkan	0	-	0	-
Kemudahan Realisasi	0	+	-	+
<i>Sum +'s</i>	0	3	0	2
<i>Sum - 's</i>	0	1	2	1
<i>Sum 0's</i>	4	0	2	1
<i>Net Score</i>	0	2	-2	1
<i>Rank</i>	3	1	4	2
<i>Continue</i>	No	Yes	No	No

IV.6 Perancangan QFD Iterasi ke II (*Part Deployment*)

IV.6.1 Identifikasi *Critical Part*

Critical Part merupakan hasil pemecahan dari karakteristik teknis yang diperoleh dari QFD iterasi I yang bersesuaian dengan karakteristik teknis. Untuk

memperoleh *critical part* dilakukan diskusi dengan pihak *Kos Gallant House*, *critical part* tersebut dapat dilihat pada Tabel IV.18.

Tabel IV. 22 *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Kode
1	Panjang lahan parkir	C1
2	Lebar lahan parkir	C2
3	Ketersediaan koneksi internet	C3
4	Rutinitas membersihkan kos	C4
5	Menyediakan iklan	C5
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	C6
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	C7
8	Penerapan standar ketepatan kerja	C8
9	Penyediaan fasilitas keamanan	C9

IV.6.2 Identifikasi *Direction of Goodness* dari setiap *Critical Part*

Dari *critical part* yang didapat berdasarkan karakteristik teknis, kemudian akan ditentukan target terbaik yang dicapai oleh *Kos Gallant House*. *Direction of Goodness* dari setiap *Critical Part* dapat dilihat pada Tabel IV.19

Tabel IV. 23 *Direction of Goodness* dari setiap *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Kode	<i>Direction of Goodness</i>
1	Panjang lahan parkir	C1	MTB
2	Lebar lahan parkir	C2	MTB
3	Ketersediaan koneksi internet	C3	MTB
4	Rutinitas membersihkan kos	C4	MTB
5	Menyediakan iklan	C5	TB
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	C6	LTB
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	C7	MTB
8	Penerapan standar ketepatan kerja	C8	MTB
9	Penyediaan fasilitas keamanan	C9	MTB

IV.6.3 Identifikasi Tingkat Kesulitan Setiap *Critical Part*

Untuk melakukan perbaikan pada *Kos Gallant House* terdapat tingkat kesulitan terhadap masing – masing *Critical Part*. Penetapan tingkat kesulitan ini berdasarkan hasil diskusi dengan pihak *Kos Gallant House*. Tingkat kesulitan dinyatakan dalam skala 1 – 4. Dapat dilihat pada Tabel IV.20 nilai kesulitan tiap *Critical Part*.

Tabel IV. 24 Tingkat Kesulitan untuk Setiap *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Kode	Tingkat kesulitan
1	Panjang lahan parkir	C1	4
2	Lebar lahan parkir	C2	4
3	Ketersediaan koneksi internet	C3	1
4	Rutinitas membersihkan kos	C4	1
5	Menyediakan iklan	C5	1
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	C6	3
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	C7	3
8	Penerapan standar ketepatan kerja	C8	3
9	Penyediaan fasilitas keamanan	C9	4

IV.6.4 Perhitungan Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi

Untuk memprioritaskan pengembangan berdasarkan *critical part*, maka pihak Kos *Gallant House* harus menentukan tingkat kontribusi. Nilai kontribusi yang diperoleh berdasarkan *critical part*, menunjukkan seberapa besar pengaruh tersebut terhadap kepuasan konsumen. Dapat dilihat pada Tabel IV.21 nilai kontribusi dan normalisasi kontribusi pada masing – masing *critical part*.

Tabel IV. 25 Nilai Kontribusi dan Normalisasi Kontribusi setiap *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Kontribusi	Normalisasi Kontribusi
1	Panjang lahan parkir	1.53	0.12
2	Lebar lahan parkir	1.53	0.12
3	Ketersediaan koneksi internet	0.72	0.06
4	Rutinitas membersihkan kos	1.95	0.16
5	Menyediakan iklan	0.80	0.06
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	1.95	0.16
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	1.14	0.09
8	Penerapan standar ketepatan kerja	1.16	0.09
9	Penyediaan fasilitas keamanan	1.51	0.12

IV.6.5 Identifikasi *Technical Competitive Benchmarking*

Technical Competitive Benchmarking merupakan perbandingan *critical part* antara Kos *Gallant House* dengan Kos 786. Pada tahap ini dilakukan *benchmarking* untuk melihat kinerja *critical part* dari Kos *Gallant House* apakah lebih baik dari pesaing atau tidak. Apabila kinerja *critical part* lebih baik dari

pesaing, maka akan dipertahankan atau dilakukan peningkatan, sedangkan kinerja *critical part* lebih buruk dari pesaing, maka akan dijadikan sebagai target perbaikan. Dapat dilihat pada Tabel.IV.22 yang merupakan tabel *Technical Competitive Benchmarking* Kos Gallant House dengan Kos 786.

Tabel IV. 26 *Technical Competitive Benchmarking* berdasarkan *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Satuan	Eksisting Kos Gallant House	Eksisting Kos 786	Target
1	Panjang lahan parkir	m ²	9	13	13
2	Lebar lahan parkir	m ²	5.5	8	8
3	Ketersediaan koneksi internet	Binary	Tidak	Ya	Ya
4	Rutinitas membersihkan kos	Binary	Tidak	Ya	Ya
5	Menyediakan iklan	Binary	Tidak	Ya	Ya
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	Menit	20.00	10.00	10
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	Binary	Tidak	Ya	Ya
8	Penerapan standar ketepatan kerja	SOP	Tidak	Ya	Ya
9	Penyediaan fasilitas kemanan	Binary	Tidak	Ya	Ya

IV.6.6 Penentuan *Ranking Critical Part*

Berdasarkan nilai kontribusi yang didapatkan, kemudian diurutkan berdasarkan nilai terbesar hingga nilai terkecil yang didapat dari *ranking critical part* yang dapat dilihat pada Tabel IV.23.

Tabel IV. 27 Ranking pada Setiap Critical Part

Ranking	<i>Critical Part</i>	Keterangan
3	Panjang lahan parkir	Belum terpenuhi
3	Lebar lahan parkir	Belum terpenuhi
9	Ketersediaan koneksi internet	Belum terpenuhi
1	Rutinitas membersihkan kos	Belum terpenuhi
8	Menyediakan iklan	Belum terpenuhi
1	Memaksimalkan waktu pelayanan	Belum terpenuhi
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	Belum terpenuhi
6	Penerapan standar ketepatan kerja	Belum terpenuhi
5	Penyediaan fasilitas kemanan	Belum terpenuhi

BAB V ANALISIS

V.1 Analisis HOQ

Pada penelitian ini, matriks *House of Quality* pada QFD iterasi pertama merupakan penyusuanan dari beberapa bagian matriks. Matriks – matriks tersebut merupakan matriks kebutuhan, matriks perencanaan matriks karakteristik teknis, matriks hubungan antara *customer needs* dengan karakteristik teknis, matriks hubungan antara karakteristik teknis dengan matriks teknis.

V.1.1 Analisis Kebutuhan Kos *Gallant House*

Berdasarkan *Voice of Customer* atribut kebutuhan didapatkan melalui wawancara terhadap 20 responden. Melalui *Voice of Customer* tersebut, kemudian diterjemahkan berdasarkan dimensi *servqual* yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Atribut – Atribut kebutuhan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel V.1.

Tabel V. 1 Atribut Kebutuhan

No	Dimensi	Atribut Kebutuhan	Kode Atribut
1	<i>Tangible</i>	Kapasitas lahan parkir yang memadai	X1
		Ketersediaan fasilitas internet	X2
		Kebersihan dan kerapihan kos	X3
		Kenyamanan kos	X4
		Ketersediaan sarana ruang tambahan	X5
		Ketersediaan fasilitas kamar	X6
		Kapasitas ruang tunggu yang memadai	X7
2	<i>Reability</i>	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet	X8
		Penjaga kos selalu berada di kos	X9
3	<i>Responsiveness</i>	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni	X10
		Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos	X11
		Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan	X12
4	<i>Assurance</i>	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin	X13
		Peenghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang	X14

Tabel V.1 Atribut Kebutuhan (lanjutan)

No	Dimensi	Atribut Kebutuhan	Kode Atribut
5	<i>Empathy</i>	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos	X15
		Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos	X16

V.1.2 Analisis Tingkat Kepentingan Berdasarkan Atribut Kebutuhan

Nilai tingkat kepentingan pada penelitian ini diperoleh dari perhitungan WAP (*Weight Average Performance*). Tujuan dari penentuan nilai tingkat kepentingan terhadap setiap atribut kebutuhan untuk mengetahui atribut manakah yang menurut konsumen sangat penting. Nilai tingkat kepentingan dari setiap atribut kebutuhan dapat dilihat dari Tabel V.2.

Tabel V. 2 Nilai WAP Tingkat Kepentingan

No	Atribut Kebutuhan	Tingkat Kepentingan
1	X1	3.70
2	X2	3.57
3	X3	3.52
4	X4	3.61
5	X5	3.11
6	X6	3.61
7	X7	3.24
8	X8	3.24
9	X9	3.46
10	X10	3.61
11	X11	3.41
12	X12	3.50
13	X13	3.43
14	X14	3.43
15	X15	3.37
16	X16	3.59

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh 5 atribut kebutuhan dengan nilai tingkat kepentingan tertinggi yang dianggap perlu untuk diprioritaskan. Lima kebutuhan tertinggi tersebut yaitu, sebagai berikut.

1. Kapasitas lahan parkir yang memadai

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi, yaitu 3.70. Jika lahan parkir memadai dan luas, maka para penghuni kos tidak perlu khawatir untuk memikirkan kendaraannya. Karena jika kapasitas motor memadai maka para penghuni tidak perlu merasa khawatir karena kendaraannya masuk di lingkungan kos dan sudah termasuk bagian dari tanggung jawab pihak kos, maka dari itu kebutuhan ini perlu jadi prioritas. Luas parkir yang tersedia di Kos *Gallant House* pada saat ini hanya memiliki luas 49,5m². Lahan parkir yang tersedia saat ini masih sangat kurang, sehingga penghuni dan pengunjung atau tamu para penghuni kos masih kesulitan untuk memarkirkan kendaraan, sehingga parkiran menjadi terlihat tidak rapi dan tidak teratur.

2. Ketersediaan fasilitas kamar

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepentingan kedua, yaitu 3.61. Dalam bisnis kos, fasilitas kamar menjadi salah satu prioritas yang perlu diperhitungkan karena fasilitas kamar sarana utama yang dilihat oleh konsumen. Bagi para penghuni fasilitas kamar sangat penting, karena penghuni kos mengerti apa yang diperlukan sesuai dengan standar kebutuhan fasilitas yang mereka butuhkan. Berdasarkan survey yang kita dapatkan dari penghuni kos, menurut mereka masih ada fasilitas kamar yang belum tersedia dan memuaskan di Kos *Gallant House*.

3. Kenyamanan kos

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi ketiga, yaitu 3.61. Untuk atribut kebutuhan ini memiliki nilai yang sama dengan atribut kebutuhan fasilitas kamar. Atribut kebutuhan ini sangat penting dan perlu diprioritaskan, bagi para penghuni kos, kenyamanan kos perlu diperhatikan karena mereka tinggal dalam jangka waktu yang lama. Karena kenyamanan tersebut membuat para penghuni merasa senang dengan suasanya yang kondusif. Berdasarkan survey yang dilakukan, terdapat beberapa penghuni Kos *Gallant House* masih belum puas dengan kenyamanan kos. Kenyamanan kos merupakan salah satu atribut kebutuhan

yang hasil tingkat kepentingannya tertinggi, maka dari itu kenyamanan kos perlu ditingkatkan.

4. Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi keempat, yaitu 3.61. Untuk atribut kebutuhan ini sama halnya dengan atribut kebutuhan ketersediaan fasilitas kamar dan kenyamanan kos yang memiliki nilai 3.61. Atribut ini juga perlu untuk diprioritaskan karena respon penjaga kos sangat penting bagi para penghuni jika ada keluhan masalah terhadap fasilitas kamar atau fasilitas kos. Berdasarkan hasil survey yang didapatkan, respon penjaga kos masih belum optimal karena masih banyak keluhan mereka yang tidak direspon dengan baik, sehingga banyak keluhan yang tidak di selesaikan dengan optimal.

5. Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepentingan tertinggi kelima, yaitu 3.59. Atribut kebutuhan ini juga perlu diprioritaskan karena dapat mempengaruhi komunikasi dengan konsumen. Baik pihak pemilik kos maupun penjaga kos harus selalu bersikap ramah dengan penghuni kos, sehingga komunikasi antara pihak kos dengan penghuni terjalin dengan baik. Berdasarkan survey dengan para penghuni Kos *Gallant House*, pihak kos relatif ramah. Namun tetap harus ditingkatkan lagi agar para penghuni merasa lebih puas sehingga komunikasi antara pihak kos dan penghuni kos terjalin dengan baik.

V.1.3 Analisis Tingkat Kepuasan Berdasarkan Atribut Kebutuhan

Untuk nilai tingkat kepuasan juga diperoleh dari perhitungan WAP (*Weight Average Performance*). Menghitung nilai tingkat kepuasan bertujuan untuk mengatahi tingkat kepuasan penghuni kos terhadap fasilitas, pelayanan dan kinerja kos. Jika semakin tinggi nilai tingkat kepuasan penghuni kos, maka semakin baik fasilitas, pelayanan maupun kinerja kos tersebut. Begitu juga sebaliknya, jika semakin rendah nilai tingkat kepuasan penghuni kos, maka fasilitas, pelayanan maupun kinerja kos masih belum baik. Nilai tingkat kepuasan dari setiap atribut kebutuhan dapat dilihat pada Tabel V.3.

Tabel V. 3 Nilai WAP Tingkat Kepuasan

No	Atribut Kebutuhan	Tingkat Kepuasan
1	X1	2.39
2	X2	1.61
3	X3	1.89
4	X4	2.30
5	X5	2.67
6	X6	1.72
7	X7	2.41
8	X8	1.30
9	X9	1.43
10	X10	2.72
11	X11	2.22
12	X12	2.89
13	X13	1.57
14	X14	2.70
15	X15	3.15
16	X16	3.63

Berdasarkan pada tabel di atas, ada beberapa atribut kebutuhan masih rendah. Atribut yang memiliki nilai rendah tersebut masih kurang maksimal kinerjanya, sehingga para penghuni kos masih belum puas. Atribut kebutuhan yang masih rendah tersebut perlu dijadikan sebagai sasaran perbaikan kualitas. Berikut merupakan terendah nilai kepuasannya menurut penghuni kos.

1. Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepuasan yang paling rendah, yaitu 1.30. Mengakses informasi kos sangat penting bagi calon penghuni, karena memudahkan bagi calon penghuni kos untuk mencari standar kriteria yang diinginkan tanpa perlu survey satu persatu ke kos yang diinginkan bagi calon penghuni. Dengan adanya informasi kos, memudahkan mereka untuk melihat fasilitas kamar atau fasilitas kos yang tersedia di kos tersebut tanpa harus survey secara langsung. Menurut survei yang didapat Kos *Gallant House* masih belum memiliki akses di sosial media sehingga masih kurang efisien dalam mempromosikan sehingga banyak orang belum tau gambaran tentang fasilitas kos yang terdapat di Kos *Gallant House*.

Sehingga diperlukan peningkatan terhadap kualitas dalam mengakses informasi kos di internet.

2. Penjaga kos selalu berada di kos

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepuasan yang paling rendah kedua, yaitu 1.43. Dalam bisnis kos, penjaga kos merupakan salah atribut kebutuhan yang penting karena penjaga kos terikat dengan kinerja kos berjalan dengan baik atau tidaknya. Untuk pihak kos sendiri harus memiliki minimal 1 penjaga kos tergantung dengan kebutuhan yang diperlukan oleh kos itu sendiri. Di kos *Gallant House* sendiri memiliki satu penjaga kos, tapi ketersediaan penjaga kos tersebut sangat jarang berada di kos. Menurut survey yang di dapat dari para penghuni Kos *Gallant House* penjaga kos jarang ada di kos paling seminggu hanya 3 hari dan penjaga kos tersebut jarang tetap tinggal di kos untuk menginap, melainkan balik ke rumahnya sendiri sehingga Kos *Gallant House* sering di tinggal oleh penjaganya, sehingga pihak kos perlu meningkatkan pengawasan terhadap penjaga kos.

3. Penjaga melakukan pengawasan secara rutin

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepuasan yang paling rendah ketiga, yaitu 1.57. Seperti yang sudah di sampaikan sebelumnya, ketersediaan penjaga kos untuk selalu berada di kos sangat jarang, maka dari itu untuk atribut kebutuhan ini juga jarang direalisasikan. Penjaga Kos *Gallant House* hanya melakukan pengawasan ketika berada atau sedang tinggal di kos, sehingga pengawasan yang dilakukan sangat jarang karena ketersediaan penjaga kos untuk berada kos sangat jarang., maka dari itu pihak kos harus selalu mengawasi dan mengingatkan penjaga kos agar selalu ada di kos, sehingga ketika ada keluhan dari para penghuni penjaga kos selalu siaga dalam menyelesaikan masalah yang mempengaruhi fungsi kinerja kos tersebut.

4. Ketersediaan fasilitas internet

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepuasan yang paling rendah keempat, yaitu 1.61. Bagi anak kos, fasilitas internet merupakan kebutuhan yang diperlukan untuk

menunjang kegiatan mereka di kos. Ketersediaan fasilitas internet di Kos *Gallant House* masih belum terealisasikan, maka dari itu pihak kos harus meningkatkan fasilitas internet guna memberikan kepuasan terhadap para penghuni kos. Berdasarkan survey yang didapat, para penghuni kos masih puas terhadap fasilitas yang di sediakan oleh pihak kos, maka dari itu pemilik kos harus menyediakan internet guna meningkatkan kualitas fungsi kerja dari kos itu sendiri.

5. Ketersediaan fasilitas kamar

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode WAP, atribut kebutuhan ini memiliki nilai tingkat kepuasan yang paling rendah kelima, yaitu 1.71. Dalam bisnis kos, fasilitas kamar merupakan kebutuhan standar dari fasilitas kos yang disediakan oleh pihak kos tersebut, maka dari itu fasilitas kamar menjadi atribut kebutuhan yang perlu diprioritaskan, karena fasilitas kamar yang disediakan akan mempengaruhi kenyamanan penghuni kos dengan jangka waktu tinggal yang cukup lama. Berdasarkan survey yang dilakukan terhadap para penghuni Kos *Gallant House*, masih banyak fasilitas yang belum tersedia dan kurang maksimal sehingga para penghuni kos masih belum puas dengan fasilitas kamar yang tersedia sekarang, maka dari itu pihak kos perlu meningkatkan ketersediaan fasilitas kamar guna meningkatkan fungsi dari kinerja kos itu sendiri.

V.1.4 Analisis Matriks Perencanaan

Pada matriks perencanaan terdapat nilai *goal*, *improvement ratio*, *sales point*, *raw weight* dan *Normalized raw weight*. Pada tahap *goal* ini merupakan analisis terhadap target yang akan dijadikan sebagai perbaikan pada kinerja pada masing – masing atribut kebutuhan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan pihak kos kepada penghuni kos. Pada tahap *improvement ratio* bertujuan untuk memperbaiki rasio nilai yang harus dicapai oleh perusahaan target yang diharapkan. Pada tahap analisis *sales point* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut kebutuhan terhadap kos. Sedangkan analisis *Raw weight* bertujuan untuk mengetahui atribut manakah yang harus diprioritaskan dan diperbaiki terlebih dahulu.

1. Kapasitas lahan parkir yang memadai

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 2.39 dengan *goal* 3.04, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.27. Kapasitas lahan parkir yang memadai memiliki *sales point* sebesar 1.5 yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 7.06, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kapasitas lahan parkir yang memadai sebesar 0.08 dari total nilai *raw weight*.

Pada keadaan eksisting sekarang masih belum memadai untuk kapasitas lahan parkir dengan ukuran luasnya sebesar 49.5 m² dimana panjangnya 9 dan lebarnya 5.5 yang hanya dapat menampung kurang lebih 35 motor, maka perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan daya tampung motor sesuai dengan jumlah keseluruhan penghuni kos.

2. Ketersediaan fasilitas internet

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 1.61 dengan *goal* 2.59, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.61. Ketersediaan fasilitas internet memiliki *sales point* sebesar 1.2 yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak walaupun *value addednya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 6.88, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan ketersediaan fasilitas internet sebesar 0.08 dari total nilai *raw weight*. Pada keadaan eksisting sekarang masih belum tersedia untuk fasilitas internet, maka perlu terealisasikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Kebersihan dan Kerapihan Kos

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 1.89 dengan *goal* 2.71, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.43. Kebersihan dan kerapihan kos memiliki *sales point* sebesar 1.2 yang berarti atribut kebutuhan ini memiliki dampak walaupun *value addednya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang

diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 6.05, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kebersihan dan kerapihan kos sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*. Pada eksisting sekarang masih belum terealisasikan untuk kebersihan dan kerapihan kos, maka harus ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap fungsi kinerja kos.

4. Kenyamanan kos

Pada atibut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 2.30 dengan *goal* 2.96, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.28. Kenyamanan kos memiliki *sales point* sebesar 1.5 yang berarti atribut kebutuhan ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 6.95, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kenyamanan kos sebesar 0.08 dari total nilai *raw weight*. Pada eksisting sekarang masih belum terealisasikan untuk kenyamanan kos, maka harus ditingkatkan lagi untuk meingkatkan kepuasan konsumen terhadap fungsi kinerja kos.

5. Ketersediaan sarana ruang tambahan

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 2.67 dengan *goal* 2.89, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.08. Ketersediaan sarana ruang tambahan memiliki *sales point* sebesar 1.2 yang berarti atribut kebutuhan ini memiliki dampak walaupun *value addednya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 4.03, maka nilai *raw weight* pada atribut kebutuhan ketersediaan sarana ruang tambahan sebesar 0.05 dari total nilai *raw weight*.

6. Ketersediaan fasilitas kamar

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 1.72 dengan *goal* 2.66, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.55. Ketersediaan fasilitas kamar memiliki *sales point* sebesar 1.2 yang berarti atirbut ini memiliki dampak walapun *value addnya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka

didapat nilai *raw weight* sebesar 6.71, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan ketersediaan fasilitas kamar sebesar 0.08 dari total nilai *raw weight*.

7. Kapasitas ruang tunggu yang memadai

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 2.41 dengan *goal* 2.83, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.17. Kapasitas ruang tunggu yang memadai memiliki *sales point* sebesar 1.2 yang berarti atribut ini memiliki dampak walaupun *value addednya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 6.71, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kapasitas ruang tunggu sebesar 0.05 dari total nilai *raw weight*.

8. Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 1.30 dengan *goal* 2.27, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.74. Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet memiliki *sales point* sebesar 1 yang berarti memiliki dampak walaupun tidak ada *value addednya*. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 5.64, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*.

Pada keadaan eksisting sekarang masih tersedia untuk akses informasi kos di internet, maka perlu dilakukan perbaikan terhadap atribut kebutuhan ini dengan merealisasikannya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

9. Penjaga kos selalu berada di kos

Pada atribut kebutuhan ini memiliki *customer satisfaction* 1.43 dengan *goal* 2.45, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.70. Penjaga kos selalu berada di kos memiliki *sales point* 1 yang berarti memiliki dampak walaupun tidak ada *value addednya*. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai

raw weight sebesar 5.89, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan penjaga kos selalu berada di kos sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*.

10. Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 2.72 dengan *goal* 2.16, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan nilai *improvement ratio* sebesar 1.16. Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni memiliki *sales point* 1.5 yang berarti yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 6.30, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*.

11. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 2.22 dengan *goal* 2.82, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 1.27. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos memiliki *sales point* 1 yang berarti memiliki dampak walaupun tidak ada *value addednya*. Berdasarkan *improvement* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 4.33, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos sebesar 0.05 dari total nilai *raw weight*. Pada keadaan eksisting sekarang atribut kebutuhan kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos masih perlu ditingkatkan, maka perlu terealisasikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap fungsi kinerja kos.

12. Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 2.89 dengan *goal* 3.20, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 1.11. Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan memiliki *sales point* 1.5 yang berarti yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw*

weight sebesar 5.80, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*.

13. Penjaga melakukan pengawasan secara rutin

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 1.57 dengan *goal* 2.50, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 1.60. Penjaga melakukan pengawasan secara rutin memiliki *sales point* 1 yang berarti memiliki dampak walaupun tidak ada *value addednya*. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 5.49, maka nilai *normalized raw weight* pada penjaga melakukan pengawasan secara rutin sebesar 0.06 dari total nilai *raw weight*.

14. Penghuni tidak perlu merasa ragu dan takut kehilangan barang

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 2.70 dengan *goal* 3.70, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 1.14. Penghuni tidak perlu merasa ragu dan takut kehilangan barang memiliki *sales point* 1.5 yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* 5.86, maka nilai *normalized weight* pada penjaga melakukan pengawasan secara rutin sebesar 0.07 dari total nilai *raw weight*. Pada keadaan eksisting sekarang atribut kebutuhan penghuni tidak perlu merasa ragu dan takut kehilangan barang masih belum terealisasikan, maka dari itu perlu ada peningkatan untuk memaksimalkan fungsi kinerja kos.

15. Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 3.15 dengan *goal* 3.26, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 1.03. Pihak kos menerima dan menaggapi kritik dan saran dari para penghuni kos memiliki *sales point* 1.2 yang berarti atribut ini memiliki dampak walaupun *value addednya* tidak signifikan. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 4.18, maka nilai *normalized raw*

weight pada atribut kebutuhan kapasitas ruang tunggu sebesar 0.05 dari total nilai *raw weight*.

16. Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos

Pada atribut ini memiliki *customer satisfaction* 3.63 dengan *goal* 3.61, sehingga pada atribut ini masih perlu dilakukan perbaikan dengan *improvement ratio* sebesar 0.99. Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos memiliki *sales point* 1.5 yang berarti bahwa atribut ini memiliki dampak yang besar (*high impact*) terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan *improvement ratio* dan *sales point* yang diperoleh maka didapat nilai *raw weight* sebesar 5.35, maka nilai *normalized raw weight* pada atribut kebutuhan bersikap ramah dalam melayani penghuni kos sebesar 0.06 dari total nilai *raw weight*.

V.1.5 Analisis Penentuan Karakteristik Teknis dan *Direction of Goodness*

Berdasarkan penentuan karakteristik teknis yang diperoleh peneliti melalui *brainstorming* dengan pihak kos. Identifikasi karakteristik teknis ini bertujuan untuk mengetahui setiap atribut kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen yang terdapat pada *need statement*. Sedangkan *Direction of Goodness* bertujuan untuk sebagai penentu arah terbaik yang dapat dicapai setiap karakteristik teknis dapat dilihat pada Tabel V.4.

Tabel V. 4 Karakteristik Teknis dan *Direction of Goodness*

No	Karakteristik Teknis	Direction of Goodness	Alasan
1	Standar luas <i>area parkir</i>	MTB	Jika semakin luas ukuran lahan parkir kos maka akan semakin banyak menampung seluruh kendaraan penghuni kos
2	Standar fasilitas <i>internet</i>	MTB	Jika fasilitas internet tersedia maka penghuni kos dapat mengakses internet di kos
3	Ketersediaan <i>Housekeeping Tools</i>	TB	<i>Housekeeping tools</i> yang memadai mempengaruhi kepuasan penghuni kos

Tabel V.4 Karakteristik Teknis dan *Direction of Goodness* (Lanjutan)

No	Karakteristik Teknis	Direction of Goodness	Alasan
4	Standar kebersihan kos	MTB	Semakin bersih kos, maka para penghuni kos puas atas pelayanan fungsi kinerja kos
5	Standar lingkungan kos	MTB	Lingkungan kos yang menunjang akses jalan serta banyak kuliner, maka memudahkan para penghuni terhadap akses jalan yang dilaluinya
6	Standar kenyamanan kos	MTB	Jika lingkungan kos kondusif, maka para penghuni kos semakin nyaman
7	Standar sarana ruang serbaguna	TB	luas dan fasilitas yang tersedia memadai, maka konsumen merasa puas
8	Standar failitas kamar	MTB	Apabila fasilitas yang tersedia semakin lengkap, maka konsumen akan merasa puas
9	Standar kebutuhan ruang tunggu	MTB	Semakin luas dan lengkap fasilitas kebutuhan ruang tunggu, maka penghuni kos merasa puas karena memiliki <i>space</i> untuk bertemu dengan tamunya
10	Pemasangan iklan	TB	Apabila informasi tersedia di web, akan mempermudah mencari infomasi tentang <i>Gallant House</i>
11	Prosedur kerja (SOP)	TB	Jika penjaga kos selalu berada di kos, maka mempermudah penghuni kos untuk meminta bantuan

Tabel V.4 Karakteristik Teknis dan *Direction of Goodness* (Lanjutan)

No	Karakteristik Teknis	Direction of Goodness	Alasan
12	Prosedur melayani penghuni kos	MTB	Semakin baik prosedur pelayanan, maka semakin baik pelayanan yang diberikan
13	Standar waktu pelayanan	LTB	Semakin cepat melayani kebutuhan penghuni kos, maka akan semakin puas
14	Kualitas SDM	MTB	Semakin cepat dan tepat melayani penghuni kos, maka akan semakin puas para penghuni kos
15	Standar ketepatan pelayanan	TB	Jika semua masalah diselesaikan dengan tepat, maka penghuni puas
16	Prosedur menegur penghuni kos	TB	Menegur penghuni kos yang baik, mempengaruhi komunikasi antara penghuni kos dengan penjaga kos
17	SOP Keamanan	MTB	Pengawasan secara rutin dapat meningkatkan keamanan
18	Standar fasilitas keamanan	MTB	Semakin banyak fasilitas keamanan yang tersedia, maka semakin tinggi kemanannya.
19	Fasilitas kritik dan saran	TB	Tersedianya fasilitas kritikl dan saran akan mempermudah pihak kos dalam merespon keluhan penghuni
20	Keramahan dalam melayani penghuni kos	MTB	Keramahan terhadap penghuni kos dapat meningkatkan kepuasan penghuni kos

V.1.6 Analisis Hasil *Benchmarking*

Berdasarkan *benchmarking* yang dilakukan terhadap kos pesaing yaitu Kos 786 dapat dilihat pada Tabel IV.14, diperoleh karakteristik teknis yang belum terpenuhi sehingga perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas. Berdasarkan hasil *benchmarking* terdapat 12 (dua belas) dari 20 (dua puluh) karakteristik teknis yang memiliki keterangan terpenuhi sedangkan sisanya 8 (delapan) karakteristik teknis dengan keterangan belum terpenuhi. Berikut merupakan 8 karakteristik teknis yang belum terpenuhi dapat dilihat pada Tabel V.5.

Tabel V. 5 Karakteristik Teknis yang Belum Terpenuhi

Kode	Karakteristik Teknis	Ranking
K1	Standar luas area parkir	16
K2	Standar fasilitas internet	15
K4	Standar kebersihan kos	3
K10	Pemasangan iklan	20
K13	Standar waktu pelayanan	11
K14	Kualitas SDM	7
K15	Standar ketepatan pelayanan	9
K18	Standar fasilitas keamanan	8

Berdasarkan tabel di atas terdapat 8 karakteristik teknis dari eksisting yang belum memenuhi nilai pada eksisting pesaing, sehingga perlu pengembangan terhadap karakteristik teknis tersebut. Karakteristik teknis yang belum terpenuhi tersebut diperoleh berdasarkan hasil *benchmarking* antara eksisting dengan pesaing yang dimana dijadikan sebagai acuan dalam perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas pada fungsi kinerja kos.

V.1.7 Analisis Penyaringan Konsep

Penyaringan konsep bertujuan untuk memudahkan Kos *Gallant House* dalam perbaikan dan pengembangan terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia. Pengembangan konsep dilakukan dengan metode *decision matrices* yang memiliki tiga konsep yaitu, optimasi, inovasi dan kombinasi yang didasari oleh empat aspek, yaitu efektivitas, efisiensi, biaya yang dibutuhkan dan kemudahan realisasi. Berikut merupakan matriks penyaringan konsep dapat dilihat pada Tabel V.6.

Tabel V. 6 Matriks Penyaringan Konsep

<i>Selection Criteria</i>	<i>Concepts</i>			
	Eksisting	A	B	C
Efektivitas	0	+	-	+
Efisiensi	0	+	0	0
Biaya yang dibutuhkan	0	-	0	-
Kemudahan Realisasi	0	+	-	+
<i>Sum +'s</i>	0	3	0	2
<i>Sum - 's</i>	0	1	2	1
<i>Sum 0's</i>	4	0	2	1
<i>Net Score</i>	0	2	-2	1
<i>Rank</i>	3	1	4	2
<i>Continue</i>	No	Yes	No	No

Berdasarkan tabel diatas terdapat 4 konsep dimana konsep eksisting merupakan konsep pada Kos *Gallant House* yang sekarang diterapkan, konsep A merupakan optimasi dari konsep eksisting, konsep B inovasi berupa alternatif lain dari konsep A, sedangkan konsep C merupakan kombinasi antara konsep A dan B.

Pada Konsep A untuk efektivitas, efisiensi dan kemudahan realisasi memiliki relatif yang lebih baik terhadap 8 karakteristik teknis tersebut dibandingkan dengan eksisting, maka konsep A menempati urutan *ranking* pertama karena memiliki nilai *net score* 2. Pada Konsep C terdapat dua nilai relatif baik, yaitu efektivitas dan kemudahan realisasi dengan satu nilai relatif buruk, yaitu biaya yang dibutuhkan dan satu nilainya sama dengan eksisting yaitu efisensi yang dimana berpengaruh terhadap 8 karakteristik teknis tersebut, maka konsep C menempati *ranking* kedua karena memiliki *net score* 1. Pada konsep eksisting terdapat nilai *net score* 0 terhadap 8 karakteristik teknis sehingga menempati *rank* ketiga. Sedangkan pada Konsep B terdapat dua nilai relatif buruk yaitu efektivitas dan realiasasi dengan dua nilai sama dengan eksisting, sehingga konsep B menempati urutan *ranking* keempat karena memiliki *net score* -2.

V.2 Analisis Part Deployment

V.2.1 Analisis *Benchmarking* pada *Critical Part*

Pada tahap *benchmarking* pada *critical part* berdasarkan karakteristik teknis terhadap eksisting Kos *Gallant House* dengan Kos 786 yang dijadikan sebagai target *benchmarking*. Diketahui terdapat 9 (sembilan) *critical part* yang didapat dari pemecahan 8 (delapan) karakteristik teknis yang akan dijadikan sebagai target untuk dilakukan perbaikan. Berikut merupakan *critical part* yang perlu dilakukan perbaikan dapat dilihat pada Tabel V.7.

Tabel V. 7 Analisis *Benchmarking* pada Setiap *Critical Part*

No	<i>Critical Part</i>	Eksisting Kos <i>Gallant House</i>	Eksisting Kos 786	Keterangan
1	Panjang lahan parkir	9	13	Belum terpenuhi
2	Lebar lahan parkir	5.5	8	Belum terpenuhi
3	Ketersediaan koneksi internet	Tidak	Ya	Belum terpenuhi
4	Rutinitas membersihkan kos	Tidak	Ya	Belum terpenuhi
5	Menyediakan iklan	Tidak	Ya	Belum terpenuhi
6	Memaksimalkan waktu pelayanan	20	10	Belum terpenuhi
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	Tidak	Ya	Belum terpenuhi
8	Penerapan standar ketepatan kerja	Tidak	Ya	Belum terpenuhi
9	Penyediaan fasilitas kemanan	Tidak	Ya	Belum terpenuhi

Berdasarkan tabel di atas terdapat 9 *critical part* yang digunakan sebagai prioritas terhadap perbaikan pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House* untuk meningkatkan fungsi kinerja dari kos tersebut.

1. Luas *area* lahan parkir

Kos *Gallant House* memiliki panjang lahan parkir sebesar 9 meter dan lebar lahan parkir sebesar 5.5 meter, sedangkan pada Kos 786 memiliki panjang 13 meter dan lebar 8 meter. Luas *area* parkir Kos *Gallant House* sebesar 49.5 m^2 dengan daya tampung kurang lebih 35 kendaraan, apabila diasumsikan setiap penghuni memiliki 1 kendaraan roda dua, maka daya tampung area parkir Kos *Gallant House* hanya mampu memenuhi sebesar 76% dari para penghuni kos. Kos 786 memiliki luas *area* parkir sebesar 104 m^2 dengan daya tampung kurang lebih 74 kendaraan atau dapat memenuhi sebesar 105% kebutuhan lahan parkir roda dua.

2. Ketersediaan koneksi internet

Fasilitas internet pada Kos *Gallant House* belum tersedia, sehingga para penghuni kos masih belum memiliki koneksi internet. Sedangkan Kos 786 sudah menyediakan fasilitas internet, sehingga para penghuni kos memiliki koneksi internet. Ketersediaan koneksi internet di suatu kos sangat penting karena dapat membantu mahasiswa untuk mengerjakan tugas, mencari informasi, serta aktifitas lain yang membutuhkan koneksi internet.

3. Rutinitas membersihkan Kos

Standar kebersihan pada Kos *Gallant House* belum terealisasikan, sehingga rutinitas membersihkan kos masih belum diterapkan. Sedangkan Kos 786 sudah merealisasikan standar kebersihan kos, sehingga rutinitas membersihkan kos berjalan dengan baik. Rutinitas membersihkan kos sangat penting bagi para penghuni kos jika kos terlihat kotor maka para penghuni kos merasa risih, karena keadaan kos yang bersih membuat penghuni kos tidak terganggu dengan bau, debu maupun kotoran.

4. Menyediakan iklan

Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet belum terealisasikan, karena Kos *Gallant House* masih belum menyediakan iklan sehingga tidak mudah untuk mencari informasi mengenai Kos *Gallant House*. Sedangkan Kos 786 sudah menyediakan iklan sehingga mempermudah mencari informasi mengenai Kos 786. Menyediakan iklan membantu para penghuni untuk mencari informasi mengenai kos tersebut, sehingga dengan adanya iklan dapat membantu

apakah kos tersebut sesuai dengan kriteria yang diinginkan tanpa harus observasi secara langsung.

5. Memaksimalkan waktu pelayanan

Waktu pelayanan dalam melayani kebutuhan penghuni pada Kos *Gallant House* terbilang cukup lama, sehingga masih belum efisien dengan rentan waktu 20 menit. Sedangkan pada Kos 786 rentang waktu pelayanan kebutuhan penghuni itu sekitar 10 menit sehingga waktu pelayanannya efisien dibandingkan dengan Kos *Gallant House*. Memaksimalkan waktu pelayanan di suatu kos sangat penting karena para penghuni kos tidak perlu menunggu lama jika ada permasalahan dikos atau memerlukan bantuan sehingga masalah atau kebutuhan tersebut segera terselesaikan dan terpenuhi.

6. SDM memenuhi standar kebutuhan

SDM yang dimiliki Kos *Gallant House* saat ini masih belum memenuhi standar terhadap kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos sehingga para konsumen masih belum puas terhadap pelayanan dari SDM tersebut. Sedangkan SDM Kos 786 sudah memenuhi standar kualitas SDM sehingga kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos terpenuhi. SDM yang memenuhi standar kebutuhan sangat penting di suatu kos karena dengan SDM yang unggul dapat memenuhi kebutuhan para penghuni kos dengan kecepatan dan ketepatan yang akurat sehingga semua kebutuhan para konsumen terpenuhi dan terselesaikan.

7. Penerapan standar ketepatan kerja

Ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni pada Kos *Gallant House* masih belum terealisasiakan, karena kinerja SDM yang kurang maksimal dalam memenuhi kebutuhan penghuni kos. Sedangkan kos 786 memiliki standar ketepatan kerja terhadap SDM, sehingga ketepatan dalam memenuhi kebutuhan penghuni kos terpenuhi. Ketepatan pelayanan sangat penting di suatu kos dimana permintaan atau permasalahan yang terjadi seperti lantai bocor, atap bocor serta permasalahan lainnya selesai dengan tepat sehingga membuat penghuni kos tidak terganggu dengan permasalahan tersebut.

8. Penyediaan fasilitas keamanan

Fasilitas keamanan pada Kos *Gallant House* masih belum tersedia, sehingga kos susah untuk diawasi secara ketat. Sedangkan Kos 786 telah menyediakan fasilitas keamanan sehingga kemanannya terjamin karena pengawasannya mudah. Fasilitas keamanan sangat penting bagi para penghuni kos, dengan adanya fasilitas keamanan yang memadai tidak memudahkan orang untuk keluar masuk tanpa pengawasan dari penjaga kos. Pada tabel V.8 merupakan *critical part* berdasarkan *ranking* sebagai berikut.

Tabel V. 8 Tahapan Perbaikan *Critical Part* berdasarkan *Ranking*

No	Critical Part	Ranking
1	Rutinitas membersihkan kos	1
2	Memaksimalkan waktu pelayanan	1
3	Panjang lahan parkir	3
4	Lebar lahan parkir	3
5	Penyediaan fasilitas keamanan	5
6	Penerapan standar ketepatan kerja	6
7	SDM memenuhi standar kebutuhan	7
8	Menyediakan iklan	8
9	Ketersediaan koneksi internet	9

V.3 Rekomendasi

Berdasarkan Tabel V.7 dapat diketahui terdapat 9 *critical part* yang dimiliki *Gallant House* belum optimal dibandingkan pesaing, sehingga diperlukan perbaikan pelayanan dan fasilitas. Tabel V.8 merupakan urutan perbaikan berdasarkan *ranking* tanpa mempertimbangkan aspek lainnya seperti tingkat kesulitan. Berikut ini merupakan usulan tahapan perbaikan yang dapat dilakukan pihak Kos *Gallant House* dengan mempertimbangkan tingkat kesulitan dan tingkat kepentingan dapat dilihat pada Tabel V.9.

Tabel V. 9 Rekomendasi Tahapan Perbaikan

Tahap	Critical Part	Tingkat Kesulitan	Tingkat Kepentingan
1	SDM yang memenuhi standar	3	3.41
2	Memaksimalkan waktu pelayanan	3	3.41
3	Penerapan standar ketepatan kerja	3	3.41
4	Rutinitas membersihkan kos	1	3.52
5	Ketersediaan koneksi internet	1	3.57
6	Menyediakan iklan	1	3.24
7	Penyediaan fasilitas keamanan	3	3.43
8	Panjang lahan parkir	4	3.70
9	Lebar lahan parkir	4	3.70

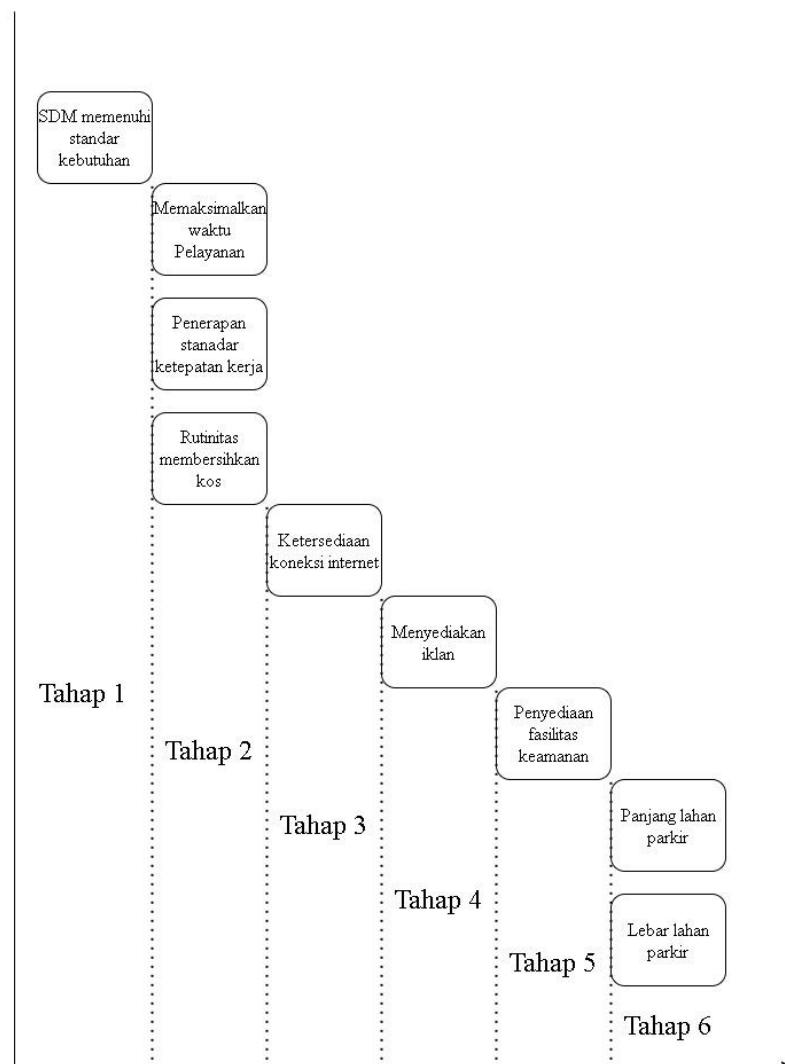
Berdasarkan Tabel V.9 dapat diketahui tahapan perbaikan yang dilakukan oleh Kos *Gallant House* adalah SDM yang memenuhi standar. *Critical Part* ‘SDM yang memenuhi standar’ memiliki tingkat kesulitan 3, namun SDM merupakan element yang paling penting dalam menjalankan bisnis kos serta dapat mempengaruhi *critical part* lainnya. Setelah *Gallant House* mendapatkan SDM yang memenuhi standar dapat mempengaruhi tiga *critical part* lainnya, yaitu memaksimalkan waktu pelayanan, penerapan standar ketepatan kerja dan rutinitas membersihkan kos sesuai dengan SOP yang ditetapkan oleh pihak *Gallant House*.

Setelah menyelesaikan permasalahan sebelumnya, kos *Gallant House* dapat melanjutkan tahap perbaikan selanjutnya yaitu ‘Ketersediaan koneksi Internet’. Ketersedian internet memiliki tingkat kesulitan satu yang berarti mudah untuk direalisasikan, Kos *Gallant House* dapat menyediakan fasilitas koneksi internet dengan biaya yang relative tidak terlalu mahal.

Setelah itu tahapan yang dapat dilakukan Kos *Gallant House* yaitu menyediakan iklan. Menyediakan iklan memiliki tingkat kesulitan 1 yang berarti mudah untuk direalisasikan, namun pada rekomendasi ini menyediakan iklan bukan tahapan pertama yang dilakukan oleh pihak Kos *Gallant House* dalam perbaikan pelayanan dan fasilitas. Tersedia fasilitas koneksi internet dapat dicantumkan kedalam iklan untuk menjadi nilai jual tambah serta dengan adanya SDM yang unggul mampu menerima efek yang dihasilkan tersebut, seperti halnya melayani calon penghuni yang sedang mencari tau informasi tentang kos.

Tahap keempat yang dilakukan oleh Kos *Gallant House* yaitu dengan menyediakan fasilitas keamanan, seperti kamera pengawas atau *CCTV*. Menyediakan fasilitas keamanan memiliki tingkat kesulitan tiga karena biaya diperlukan cukup besar sehingga pihak Kos *Gallant House* dapat memaksimalkan fungsi kerja dari penjaga kos. Pada tahap terakhir yang dilakukan oleh Kos *Gallant House* yaitu menambahkan luas *area parkir*. Tahapan ini tingkat kesulitan 4 yang dikarenakan oleh keterbatasan lahan yang dimiliki oleh *Gallant House* dan biaya diperlukan cukup besar.

Berdasarkan rekomendasi tahapan perbaikan yang telah dilakukan dibentuk dalam bentuk diagram alur kerja yang dapat dilihat pada Gambar V.1.



Gambar V. 1 Alur Tahapan Perbaikan

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang perbaikan pelayanan dan fasilitas pada Kos *Gallant House* untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan serta mencapai target dari pihak kos yang sudah ditentukan. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Pada QFD iterasi pertama (*House of Quality*), terdapat 8 (delapan) karakteristik teknis dari 20 (dua puluh) karakteristik teknis yang telah diidentifikasi dan menjadi prioritas perbaikan. 8 Karakteristik teknis yang menjadi perbaikan adalah standar luas *area parkir*, standar fasilitas internet, standar kebersihan kos, pemasangan iklan, standar waktu pelayanan, kualitas SDM, standar ketepatan pelayanan dan standar fasilitas keamanan.
2. QFD iterasi kedua (*Part Deployment*) terdapat 9 (delapan) *critical part* yang telah diidentifikasi dan menjadi prioritas perbaikan. 9 *Critical part* tersebut yang menjadi prioritas perbaikan panjang lahan area parkir, lebar area parkir, ketersediaan fasilitas internet, rutinitas kebersihan kos, menyediakan iklan, memaksimalkan waktu pelayanan, SDM memenuhi standar kebutuhan, Penerapan standar ketepatan kerja, penyediaan fasilitas keamanan.
3. Hasil rancangan perbaikan kualitas pelayanan dan fasilitas penghuni Kos *Gallant House* dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* pada penelitian ini didahului dengan 16 atribut kebutuhan berdasarkan 5 dimensi *servqual*. Selanjutnya menentukan karakteristik teknis berdasarkan turunan dari atribut kebutuhan yang digunakan pada *House of Quality* (HOQ), dimana pada HOQ terdapat atribut kebutuhan dan karakteristik teknis yang menghasilkan nilai kontribusi. Selanjutnya *Technical Competitive Benchmarking* digunakan sebagai tolak ukur perbaikan berdasarkan karakteristik teknis eksisting dari competitor sehingga dapat diketahui karakteristik teknis mana yang belum terpenuhi dan kontribusinya yang diperoleh dari HOQ. Setelah diperoleh karakteristik

teknis yang akan dijadikan perbaikan berdasarkan eksisting pesaing, selanjutnya dilakukan pengembangan dan pemilihan konsep berdasarkan *selection criteria* yaitu efektivitas, efisiensi, biaya yang dibutuhkan dan kemudahan realisasi. Selanjutnya menentukan *critical part* yang diperoleh dari turunan karakteristik teknis yang digunakan pada HOQ iterasi ke 2 atau *part deployment*. Pada HOQ iterasi ke 2 dapat diketahui *critical part* berdasarkan ranking yang akan dijadikan hasil dari rancangan perbaikan terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan.

VI.2 Saran

Berikut merupakan saran yang diberikan berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan kenyamanan penghuni kos.

1. Bagi penelitian selanjutnya
 - a. Objek yang digunakan dalam penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada bidang yang berbeda.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengkombinasikan dengan metode lain
2. Bagi Kos *Gallant House*

Berdasarkan hasil perhitungan dari QFD dan hasil *Brainstorming* dengan pihak kos *Gallant House* melalui proses *Benchmarking* terhadap eksisting Kos 786 sebagai pesaing diperoleh urutan tahapan perbaikan dari tahap awal hingga tahapan yang terakhir yaitu SDM memenuhi standar kebutuhan, memaksimalkan waktu pelayanan, penerapan standar ketepatan kerja, rutinitas membersihkan kos, ketersediaan koneksi internet, menyediakan iklan, penyediaan fasilitas keamanan, panjang lahan parkir dan lebar lahan parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, & Muhidin. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Akao, Y. (1966). *Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements*. Productivity Press.
- Azwar. (2004). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, & Saifudin. (1986). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bendell, Boulter, & Kelly. (1993). *Benchmarking for Competitive Advantage*. London: Pitman Publishing.
- Besterfield, Dale, H., & et, a. (1999). *Total Quality Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment : How To Make QFD Work For You*. Massachussets: Addison Wesley Publishing Company.
- Dewi. (2003). *Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for service excellence development*.
- Elmuti, & Kathawala, Y. (1997). An Investigation into Effects of ISO 9000 on Participants' Attitudes and Job Performance. *Production and Inventory Management Journal*, Second Quarter.
- Ghozali. (2002). *Applikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, & Render. (2006). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Linkert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, 2-3.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlang.
- Lovelock, Christopher, & Wirtz. (2007). *Service Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani. (2008). *manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba empat.
- Margono. (2004). *Teknik Pengambilan Sampel Sampling*.
- Moriarty. (2009). *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oakland, J. S. (1995). *Total Quality Management*. Oxford: Butterworth heinemann.
- Okland, J. S. (Total Quality Management). 1995. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penetian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, M. (1987). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukadji. (2000). *Psikologi Pendidikan dan Psikologi Sekolah*. Depok: Universitas Indonesia.
- Ulrich, & Eppinger. (1995). *Product Design and Development*. New York: McGraw-hill, Inc.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : PT Indeks.
- Zeithaml, & Bitner, M. J. (2009). *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, Parasuraman, & Berry. (1985). *Problems and Strategies in Services Marketing*. Journal of Marketing.
- Zeithaml, Parasuraman, & Berry. (1985). *Problems and Strategies in Services Marketing*. Journal of Marketing.
- Zulganef. (2006). *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung: Pustaka.

LAMPIRAN A 1

PANDUAN WAWANCARA

1. Pendahuluan

Tahap memperkenalkan diri dan tujuan wawancara dilakukan kepada responden yang akan diwawancara.

2. Isi

Tahap proses ini berupa wawancara kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan fasilitas yang telah disediakan oleh Kos Gallant House, dengan pertanyaan di bawah ini:

- a. Bagaimana menurut anda fasilitas yang telah disediakan selama anda menjadi penghuni Kos Gallant House, apakah ada fasilitas yang menurut anda kurang memuaskan?
- b. Jika ada, fasilitas seperti apa yang anda harapkan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas terhadap fasilitas Kos Gallant House?

3. Penutup

Tahapan yang digunakan sebagai penutup dalam wawancara dengan menyampaikan terima kasih atas kesediaannya yang sudah berkonstribusi dalam proses wawancara.

LAMPIRAN A 2
HASIL WAWANCARA

No	Nama	Kelamin	Keluhan
1	Reza Fauzi Akbar	P	Pihak kos menyediakan sarana dalam menanggapi kritik dan saran
2	Yogia Mugidirohmat	P	Fasilitas internet tidak ada
3	Iqbal Graha Utama	P	Lingkungan dan ketenangan kos kurang kondusif
4	Akhmad Erza Ardistiar	P	Penjaganya jarang di kos
5	Fajar Rizky Mahfud	P	Respon penjaga menanggapi keluhan penghuni kurang memuaskan
6	M Fahmi Azhar	P	Cara menegur penjaga kos kurang sopan
7	Rizqi Arya	P	Pihak kos dan penjaga kos kurang ramah
8	Gilang	P	Ruang tunggu untuk tamu kurang luas
9	Fachrina Dwi Haditia	P	Penghuni kosnya berisik kalau tengah malam
10	M Ilham	P	Penjaga kos ilang ilangan
11	Aljoeveto Muharam Putra	P	Kecepatan penjaga kos melayani kebutuhan penghuni lama
12	Prayoga Sumadi	P	Fasilitas keamanannya kurang
13	Setyorini A.Y.H	W	Sepatu dan sandal sering hilang di depan kapar
14	Pingkan Amelia	W	Waktu pertama survey kos harus langsung ketempatnya, tidak bisa online
15	Visha Nugraha	W	Ruang tambahannya fasilitas dan luasnya kurang memuaskan
16	Wiwin Apriani	W	Fasilitas kamar sudah pada keropos dan kurang lengkap
17	Yulia Naha	W	Ketepatan penjaga memenuhi kebutuhan kos kurang memuaskan
18	Muhammad Akbar Abzai	P	Banyak sampah yang gak di beresin dan banyak barang berserakan didepan kamar
19	Rahmat Khirunas	P	Kapasitas parkir tidak disediakan untuk tamu sehingga penghuni tidak kebagian
20	Dery Reyhan	P	Penjaga kos jarang ke lantai atas

LAMPIRAN B 1
KUISIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan seksama sebelum memilih jawaban.
 2. Isilah kuesioner dengan kondisi yang sebenar-benarnya.
 3. Responden hanya dapat memilih satu pilihan jawaban untuk setiap kuesioner. Kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap dan diisi dengan lebih dari satu jawaban pada setiap pertanyaan yang diajukan, maka kuesioner dinyatakan tidak sah dan tidak digunakan dalam pengolahan data selanjutnya
-

I. IDENTITAS PENGISIAN

1. Nama :

.....

2. Jenis Kelamin :

Laki – laki

Perempuan

Petunjuk pengisian:

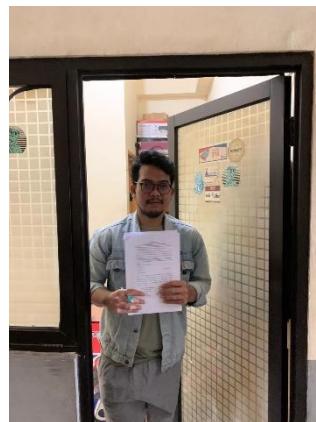
Berikut merupakan pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen pada penghuni Kos *Gallant House*. Responden dimohon untuk mengungkapkan seberapa penting dari masing-masing pernyataan tersebut bagi responden. Responden dapat memilih jawaban antara “1 sampai dengan 4” sesuai dengan penilaian responden. Silahkan beri tanda (✓) untuk jawaban yang diinginkan responden.

Nilai	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Penting	Puas
4	Sangat Penting	Sangat Puas

No	Pernyataan	Tingkat							
		Kepentingan				Kepuasan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Kapasitas Lahan Parkir yang memadai								
2	Ketersediaan fasilitas internet								
3	Kebersihan dan kerapihan kos								
4	Kenyamanan kos								
5	Ketersediaan sarana ruang tambahan								
6	Ketersediaan fasilitas kamar								
7	Kapasitas ruang tunggu yang memadai								
8	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet								
9	Penjaga selalu berada di kos								
10	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni								
11	Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos								
12	Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan								
13	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin								
14	Penghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang								
15	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos								
16	Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos								

LAMPIRAN B 2
REKAP DATA KUISIONER

Dokumentasi Pengambilan Kusioner Kos Gallant House



Dokumentasi Sampel Kuisioner Kos *Gallant House*

LAWANG KELUAR DAN MASUK		
<hr/>		
1. Daftar pengeluaran dan pembelian barang		
2. Kira-kira sumbangan dan pengeluaran		
3. Kira-kira jumlah pengeluaran dan pembelian		
4. Jumlah pengeluaran dan pembelian		
<hr/>		
JAMINAN DAN BANTUAN		
<hr/>		
5.2.1. Pengeluaran :	
5.2.2. Bantuan :	
5.2.3. Jumlah :	
<hr/>		
PENGELUARAN DAN PENGEMBALIAN		
<hr/>		
6.1. Pengeluaran dan pembelian : a. Beli barang dan peralatan b. Beli barang dan peralatan c. Beli barang dan peralatan d. Beli barang dan peralatan e. Beli barang dan peralatan f. Beli barang dan peralatan g. Beli barang dan peralatan h. Beli barang dan peralatan i. Beli barang dan peralatan j. Beli barang dan peralatan k. Beli barang dan peralatan l. Beli barang dan peralatan m. Beli barang dan peralatan n. Beli barang dan peralatan o. Beli barang dan peralatan p. Beli barang dan peralatan q. Beli barang dan peralatan r. Beli barang dan peralatan s. Beli barang dan peralatan t. Beli barang dan peralatan u. Beli barang dan peralatan v. Beli barang dan peralatan w. Beli barang dan peralatan x. Beli barang dan peralatan y. Beli barang dan peralatan z. Beli barang dan peralatan		
<hr/>		
6.2. Pengembalian :	
6.3. Total Pengeluaran :	
6.4. Total Pengembalian :	
6.5. Jumlah Pengeluaran :	
6.6. Jumlah Pengembalian :	
6.7. Jumlah Pengeluaran dan Pengembalian :	
<hr/>		
SIRI DAN NOMBOR		
1. Nama :	
2. Nombor :	
3. Tempat :	
4. Lata/Puting :	

Nr.	Fragezettel	Beantwortet	Tugend			
			1	2	3	4
1.	Geisteskraften					
2.	Schuldenabwicklung					
3.	Die drei Freuden					
4.	Wertesicherung					
5.	Einsatzbereitschaft					
6.	Wertesicherung					
7.	Wertesicherung					
8.	Wertesicherung					
9.	Kampfgeist und Kämpfergeist					
10.	Wertesicherung					
11.	Wertesicherung					
12.	Wertesicherung					
13.	Wertesicherung					
14.	Wertesicherung					
15.	Wertesicherung					
16.	Wertesicherung					
17.	Wertesicherung					
18.	Wertesicherung					
19.	Wertesicherung					
20.	Wertesicherung					
21.	Wertesicherung					
22.	Wertesicherung					
23.	Wertesicherung					
24.	Wertesicherung					
25.	Wertesicherung					
26.	Wertesicherung					
27.	Wertesicherung					
28.	Wertesicherung					
29.	Wertesicherung					
30.	Wertesicherung					
31.	Wertesicherung					
32.	Wertesicherung					
33.	Wertesicherung					
34.	Wertesicherung					
35.	Wertesicherung					
36.	Wertesicherung					
37.	Wertesicherung					
38.	Wertesicherung					
39.	Wertesicherung					
40.	Wertesicherung					
41.	Wertesicherung					
42.	Wertesicherung					
43.	Wertesicherung					
44.	Wertesicherung					
45.	Wertesicherung					
46.	Wertesicherung					
47.	Wertesicherung					
48.	Wertesicherung					
49.	Wertesicherung					
50.	Wertesicherung					
51.	Wertesicherung					
52.	Wertesicherung					
53.	Wertesicherung					
54.	Wertesicherung					
55.	Wertesicherung					
56.	Wertesicherung					
57.	Wertesicherung					
58.	Wertesicherung					
59.	Wertesicherung					
60.	Wertesicherung					
61.	Wertesicherung					
62.	Wertesicherung					
63.	Wertesicherung					
64.	Wertesicherung					
65.	Wertesicherung					
66.	Wertesicherung					
67.	Wertesicherung					
68.	Wertesicherung					
69.	Wertesicherung					
70.	Wertesicherung					
71.	Wertesicherung					
72.	Wertesicherung					
73.	Wertesicherung					
74.	Wertesicherung					
75.	Wertesicherung					
76.	Wertesicherung					
77.	Wertesicherung					
78.	Wertesicherung					
79.	Wertesicherung					
80.	Wertesicherung					
81.	Wertesicherung					
82.	Wertesicherung					
83.	Wertesicherung					
84.	Wertesicherung					
85.	Wertesicherung					
86.	Wertesicherung					
87.	Wertesicherung					
88.	Wertesicherung					
89.	Wertesicherung					
90.	Wertesicherung					
91.	Wertesicherung					
92.	Wertesicherung					
93.	Wertesicherung					
94.	Wertesicherung					
95.	Wertesicherung					
96.	Wertesicherung					
97.	Wertesicherung					
98.	Wertesicherung					
99.	Wertesicherung					
100.	Wertesicherung					

SCHIFFER KIRCHENFESTIVAL	
1. Aufstellung	10.00 - 10.30 Uhr
2. Eröffnung	10.30 - 10.45 Uhr
3. Kirchenkonzert	10.45 - 11.45 Uhr
4. Kirchenkonzert	11.45 - 12.45 Uhr
5. Kirchenkonzert	12.45 - 13.45 Uhr
6. Kirchenkonzert	13.45 - 14.45 Uhr
7. Kirchenkonzert	14.45 - 15.45 Uhr
8. Kirchenkonzert	15.45 - 16.45 Uhr
9. Kirchenkonzert	16.45 - 17.45 Uhr
10. Aufstellung	17.45 - 18.00 Uhr
PROGRAMM	
1. Kirchenkonzert	10.45 - 11.45 Uhr
2. Kirchenkonzert	11.45 - 12.45 Uhr
3. Kirchenkonzert	12.45 - 13.45 Uhr
4. Kirchenkonzert	13.45 - 14.45 Uhr
5. Kirchenkonzert	14.45 - 15.45 Uhr
6. Kirchenkonzert	15.45 - 16.45 Uhr
7. Kirchenkonzert	16.45 - 17.45 Uhr
8. Kirchenkonzert	17.45 - 18.45 Uhr
9. Kirchenkonzert	18.45 - 19.45 Uhr
10. Aufstellung	19.45 - 20.00 Uhr

Data Tingkat Kepentingan Kos Gallant House

Responden ke-	REKAPITULASI HASIL KUISIONER TINGKAT KEPENTINGAN															TOTAL	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	55
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	60
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	52
5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	58
7	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	55
8	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	52
9	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	54
10	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	4	50
11	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	62
12	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	55
13	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	54
14	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	50
15	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	57
16	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	54
17	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	55
18	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	57
19	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	60
20	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	52
21	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	56
22	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	53
23	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	57
24	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	55
25	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	55
26	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	53
27	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	59
28	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	55
29	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	59
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	58
31	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	53
32	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	56
33	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	57
34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	56
35	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	59
36	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	52
37	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	55
38	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	58
39	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
40	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	54
41	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	52
42	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	58
43	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	57
44	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	53
45	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	56
46	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	50

Data Tingkat Kepuasan Penghuni Kos Gallant House

Responden ke-	REKAPITULASI HASIL KUISIONER TINGKAT KEPUASAN															TOTAL	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	45
2	4	2	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	4	51
3	3	2	2	3	2	2	4	1	2	3	3	3	2	4	4	4	44
4	3	2	3	3	3	2	4	1	2	2	2	3	1	3	3	4	41
5	2	2	2	3	2	2	3	1	1	4	3	3	2	3	3	3	39
6	4	2	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	4	39
7	4	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	4	2	4	2	4	36
8	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	1	3	2	4	36
9	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	4	35
10	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	3	4	4	37
11	2	1	2	2	2	1	3	1	1	3	2	3	1	3	3	4	34
12	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	4	3	35
13	2	2	1	2	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	4	4	42
14	4	2	2	3	4	2	2	1	2	3	3	4	2	4	3	4	45
15	3	2	3	2	3	1	3	1	2	3	2	4	1	3	3	3	39
16	1	1	2	3	2	2	1	2	1	3	3	3	1	3	3	4	35
17	2	2	1	1	2	2	1	2	1	4	3	3	1	3	2	3	33
18	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	3	3	33
19	1	1	2	3	1	1	4	2	2	2	2	4	1	3	3	4	36
20	1	1	2	3	3	1	4	1	2	2	2	2	1	2	3	4	34
21	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	4	37
22	2	1	1	2	3	1	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	40
23	3	1	2	3	4	1	1	1	1	3	1	4	1	3	3	3	35
24	2	1	1	2	4	2	1	2	1	3	3	2	1	2	2	4	33
25	3	2	2	2	2	1	3	1	1	3	3	2	1	1	2	4	33
26	2	2	1	2	4	1	1	1	1	4	3	3	1	2	3	3	34
27	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	34
28	2	2	2	3	3	2	4	1	1	2	2	2	1	2	3	3	35
29	3	1	1	3	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	4	4	39
30	3	1	2	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1	4	3	4	34
31	2	2	2	3	3	2	1	1	2	3	3	3	2	3	4	4	40
32	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	4	36
33	2	2	2	2	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	4	37
34	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	4	1	2	4	3	31
35	3	2	3	3	3	2	3	1	1	3	1	4	1	3	3	4	40
36	2	2	2	2	3	3	3	1	1	3	1	2	1	2	2	3	33
37	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	4	4	39
38	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	3	30
39	1	1	2	3	4	1	2	1	1	2	2	1	2	2	4	3	32
40	3	2	1	3	3	1	1	2	2	3	3	3	1	2	3	4	37
41	2	1	2	2	2	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	4	32
42	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	2	2	3	4	30
43	2	1	2	3	3	1	2	2	1	3	2	2	2	2	4	4	36
44	3	1	2	2	4	1	3	1	1	3	2	2	2	2	3	3	35
45	3	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	3	37
46	3	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	4	2	3	3	3	36

LAMPIRAN B 3
UJI VALIDITAS DAN REABILITAS KOS GALLANT HOUSE
UJI VALIDITAS DAN REABILITAS TINGKAT KEPENTINGAN

		Correlations ^c																Total
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
X1	Pearson Correlation	1	.278	.029	.051	.278	.147	.039	.305*	.132	.051	.158	.000	.008	.008	-.277	-.075	.352*
	Sig. (2-tailed)		.062	.849	.739	.062	.329	.799	.039	.382	.739	.296	1.000	.960	.956	.063	.620	.017
X2	Pearson Correlation	.278	1	.214	.195	.222	.105	.183	.151	.011	.105	-.225	.088	.138	.415**	.036	-.023	.484**
	Sig. (2-tailed)	.062		.154	.193	.138	.485	.223	.317	.940	.485	.133	.562	.359	.004	.815	.878	.001
X3	Pearson Correlation	.029	.214	1	.392**	.243	.124	.435**	.022	-.171	-.143	-.156	-.087	.127	.137	.192	.081	.401**
	Sig. (2-tailed)	.849	.154		.007	.104	.411	.003	.885	.256	.342	.301	.565	.402	.362	.201	.594	.006
X4	Pearson Correlation	.051	.195	.392**	1	.307*	.179	.241	.112	-.159	.087	-.214	-.089	-.097	-.016	.152	.051	.356*
	Sig. (2-tailed)	.739	.193	.007		.038	.235	.107	.458	.290	.564	.154	.556	.520	.918	.312	.736	.015
X5	Pearson Correlation	.278	.222	.243	.307*	1	.411**	-.023	.274	.073	.099	-.101	-.152	-.205	-.120	.016	-.199	.335*
	Sig. (2-tailed)	.062	.138	.104	.038		.005	.878	.065	.630	.511	.504	.313	.172	.427	.916	.184	.023
X6	Pearson Correlation	.147	.105	.124	.179	.411**	1	-.073	.198	.198	.087	.120	-.178	-.097	.164	.152	.051	.433**
	Sig. (2-tailed)	.329	.485	.411	.235	.005		.631	.187	.186	.564	.429	.236	.520	.276	.312	.736	.003
X7	Pearson Correlation	.039	.183	.435**	.241	-.023	-.073	1	.233	-.002	-.073	-.147	-.051	-.074	.022	.310*	.160	.348*
	Sig. (2-tailed)		.799	.223	.003	.107	.878	.631		.119	.988	.631	.329	.737	.624	.883	.036	.289

X8	Pearson Correlation	.305*	.151	.022	.112	.274	.198	.233	1	-.086	.112	.114	-.042	-.061	-.151	-.006	-.209	.330*
	Sig. (2-tailed)	.039	.317	.885	.458	.065	.187	.119		.570	.458	.450	.782	.687	.317	.970	.163	.025
X9	Pearson Correlation	.132	.011	-.171	-.159	.073	.198	-.002	-.086	1	.288	.353*	.306*	.233	.077	-.069	.148	.405**
	Sig. (2-tailed)	.382	.940	.256	.290	.630	.186	.988	.570		.053	.016	.039	.119	.613	.650	.325	.005
X10	Pearson Correlation	.051	.105	-.143	.087	.099	.087	-.073	.112	.288	1	.120	.178	-.014	.074	-.124	-.039	.309*
	Sig. (2-tailed)	.739	.485	.342	.564	.511	.564	.631	.458	.053		.429	.236	.924	.624	.410	.795	.036
X11	Pearson Correlation	.158	-.225	-.156	-.214	-.101	.120	-.147	.114	.353*	.120	1	.447**	.358*	-.021	-.086	-.013	.318*
	Sig. (2-tailed)	.296	.133	.301	.154	.504	.429	.329	.450	.016	.429		.002	.014	.888	.570	.934	.031
X12	Pearson Correlation	.000	.088	-.087	-.089	-.152	-.178	-.051	-.042	.306*	.178	.447**	1	.323*	.175	.135	.221	.407**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.562	.565	.556	.313	.236	.737	.782	.039	.236	.002		.028	.244	.371	.140	.005
X13	Pearson Correlation	.008	.138	.127	-.097	-.205	-.097	-.074	-.061	.233	-.014	.358*	.323*	1	.269	-.033	-.061	.339*
	Sig. (2-tailed)	.960	.359	.402	.520	.172	.520	.624	.687	.119	.924	.014	.028		.070	.829	.689	.021
X14	Pearson Correlation	.008	.415**	.137	-.016	-.120	.164	.022	-.151	.077	.074	-.021	.175	.269	1	.237	.469**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.956	.004	.362	.918	.427	.276	.883	.317	.613	.624	.888	.244	.070		.113	.001	.001

X15	Pearson Correlation	-.277	.036	.192	.152	.016	.152	.310*	-.006	-.069	-.124	-.086	.135	-.033	.237	1	.185	.302*
	Sig. (2-tailed)	.063	.815	.201	.312	.916	.312	.036	.970	.650	.410	.570	.371	.829	.113		.219	.041
X16	Pearson Correlation	-.075	-.023	.081	.051	-.199	.051	.160	-.209	.148	-.039	-.013	.221	-.061	.469**	.185	1	.297*
	Sig. (2-tailed)	.620	.878	.594	.736	.184	.736	.289	.163	.325	.795	.934	.140	.689	.001	.219		.045
Total	Pearson Correlation	.352*	.484**	.401**	.356*	.335*	.433**	.348*	.330*	.405**	.309*	.318*	.407**	.339*	.474**	.302*	.297*	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.001	.006	.015	.023	.003	.018	.025	.005	.036	.031	.005	.021	.001	.041	.045	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Listwise N=46

Cronbach's Alpha	N of Items
.573	16

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS TINGKAT KEPUASAN

Correlations^c

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	Total
X1	Pearson Correlation	1	.676**	.626**	.395**	.423**	.593**	.217	.473**	.571**	.430**	.499**	.341*	.621**	.548**	.035	.059	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.003	.000	.148	.001	.000	.003	.000	.021	.000	.000	.816	.698	.000
X2	Pearson Correlation	.676**	1	.799**	.693**	.428*	.837**	.360*	.763**	.855**	.558**	.635**	.308*	.820**	.467**	.242	.002	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.003	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.037	.000	.001	.105	.990 .000
X3	Pearson Correlation	.626**	.799**	1	.784**	.314*	.675**	.512**	.604**	.678**	.389**	.439**	.290	.698**	.419**	.155	.113	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.034	.000	.000	.000	.008	.002	.050	.000	.004	.304	.455	.000
X4	Pearson Correlation	.395**	.693**	.784**	1	.367*	.685**	.569**	.607**	.699**	.356*	.567**	.235	.647**	.368*	.350*	.123	.794**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.000		.012	.000	.000	.000	.015	.000	.116	.000	.012	.017	.415	.000
X5	Pearson Correlation	.423**	.428**	.314*	.367*	1	.504**	.250	.393**	.459**	.259	.275	.065	.412**	.225	.277	-.061	.519**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.034	.012		.000	.094	.007	.001	.083	.064	.667	.004	.133	.063	.688 .000
X6	Pearson Correlation	.593**	.837**	.675**	.685**	.504**	1	.243	.783**	.767**	.544**	.647**	.168	.755**	.392**	.335*	.042	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000		.104	.000	.000	.000	.000	.265	.000	.007	.023	.782 .000
X7	Pearson Correlation	.217	.360*	.512**	.569**	.250	.243	1	.345*	.499**	.047	.221	.169	.386**	.196	.407**	.108	.506**
	Sig. (2-tailed)		.148	.014	.000	.000	.094	.104		.019	.000	.755	.141	.262	.008	.192	.005	.474 .000
X8	Pearson Correlation	.473**	.763**	.604**	.607**	.393*	.783**	.345*	1	.733**	.454**	.702**	.335*	.798**	.389**	.366*	-.054	.831**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.007	.000	.019		.000	.002	.000	.023	.000	.008	.012	.721 .000
X9	Pearson Correlation	.571**	.855**	.678**	.699**	.459**	.767**	.499**	.733**	1	.443**	.693**	.440**	.799**	.444**	.309*	.016	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.002	.000	.002	.000	.002	.037	.916 .000
X10	Pearson Correlation	.430**	.558**	.389*	.356*	.259	.544**	.047	.454**	.443**	1	.562**	.252	.480**	.461**	-.039	-.022	.576**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.008	.015	.083	.000	.755	.002	.002		.000	.091	.001	.001	.799	.887 .000

X11	Pearson Correlation	.499**	.635**	.439**	.567**	.275	.647**	.221	.702**	.693**	.562**	1	.508**	.741**	.498**	.289	-.054	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.064	.000	.141	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.052	.723	.000
X12	Pearson Correlation	.341*	.308*	.290	.235	.065	.168	.169	.335*	.440**	.252	.508**	1	.429**	.532**	.304*	.115	.474**
	Sig. (2-tailed)	.021	.037	.050	.116	.667	.265	.262	.023	.002	.091	.000		.003	.000	.040	.446	.001
X13	Pearson Correlation	.621**	.820**	.698**	.647**	.412*	.755**	.386**	.798**	.799**	.480**	.741**	.429**	1	.529**	.321*	-.076	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.008	.000	.000	.001	.000	.003		.000	.029	.616	.000
X14	Pearson Correlation	.548**	.467**	.419**	.368*	.225	.392**	.196	.389**	.444**	.461**	.498**	.532**	.529**	1	.166	.249	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.004	.012	.133	.007	.192	.008	.002	.001	.000	.000	.000		.271	.095	.000
X15	Pearson Correlation	.035	.242	.155	.350*	.277	.335*	.407*	.366*	.309*	-.039	.289	.304*	.321*	.166	1	.140	.399**
	Sig. (2-tailed)	.816	.105	.304	.017	.063	.023	.005	.012	.037	.799	.052	.040	.029	.271		.353	.006
X16	Pearson Correlation	.059	.002	.113	.123	-.061	.042	.108	-.054	.016	-.022	-.054	.115	-.076	.249	.140	1	.100
	Sig. (2-tailed)	.698	.990	.455	.415	.688	.782	.474	.721	.916	.887	.723	.446	.616	.095	.353		.510
Total	Pearson Correlation	.712**	.909**	.812**	.794**	.519**	.860**	.506**	.831**	.894**	.576**	.769**	.474**	.895**	.609**	.399**	.100	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.006	.510	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=46

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	16

LAMPIRAN C 1

KUISIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

4. Bacalah pertanyaan dengan seksama sebelum memilih jawaban.
5. Isilah kuesioner dengan kondisi yang sebenar-benarnya.
6. Responden hanya dapat memilih satu pilihan jawaban untuk setiap kuesioner. Kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap dan diisi dengan lebih dari satu jawaban pada setiap pertanyaan yang diajukan, maka kuesioner dinyatakan tidak sah dan tidak digunakan dalam pengolahan data selanjutnya

I. IDENTITAS PENGISIAN

1. Nama :

.....

2. Jenis Kelamin :

Laki – laki

Perempuan

Petunjuk pengisian:

Berikut merupakan pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen pada penghuni Kos 786. Responden dimohon untuk mengungkapkan seberapa penting dari masing-masing pernyataan tersebut bagi responden. Responden dapat memilih jawaban antara “1 sampai dengan 4” sesuai dengan penilaian responden. Silahkan beri tanda (✓) untuk jawaban yang diinginkan responden.

Nilai	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Penting	Puas
4	Sangat Penting	Sangat Puas

No	Pernyataan	Tingkat							
		Kepentingan				Kepuasan			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Kapasitas Lahan Parkir yang memadai								
2	Ketersediaan fasilitas internet								
3	Kebersihan dan kerapihan kos								
4	Kenyamanan kos								
5	Ketersediaan sarana ruang tambahan								
6	Ketersediaan fasilitas kamar								
7	Kapasitas ruang tunggu yang memadai								
8	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet								
9	Penjaga selalu berada di kos								
10	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni								
11	Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos								
12	Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan								
13	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin								
14	Penghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang								
15	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos								
16	Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos								

LAMPIRAN C 2
REKAP DATA KUISIONER

Dokumentasi Pengambilan Kuisioner Kos 786



Dokumentasi Sampel Kusioner Kos 786

<p>LAMPIRAN 1 KELAHIRAN DAN PEMERIKSAAN PADA BAYI DAN IBU</p> <p>1. Seorang wanita berusia 30 tahun yang sehat dan tidak memiliki riwayat penyakit. Ibu ini mengandung seorang bayi yang sehat dan tidak memiliki riwayat penyakit.</p> <p>LAMPIRAN 2 DATA PEGAWAI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Alamat: Jl. Raya 3. Pekerjaan: Guru 4. Umur: 30 tahun 5. Status: Menikah</p>	<p>LAMPIRAN 3 PERENCANAAN KELAHIRAN</p> <p>1. Perencanaan kesehatan: Ibu ini memiliki perencanaan kesehatan yang baik dan mendukung kelahiran sehat. Ibu ini mengikuti program kesehatan ibu dan bayi di puskesmas setiap bulannya.</p> <p>LAMPIRAN 4 IDENTITAS BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>	<p>LAMPIRAN 5 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 6 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>	<p>LAMPIRAN 7 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 8 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>
<p>LAMPIRAN 9 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 10 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>	<p>LAMPIRAN 11 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 12 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>	<p>LAMPIRAN 13 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 14 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>	<p>LAMPIRAN 15 KESALAHAN KELAHIRAN</p> <p>1. Kesalahan kesehatan: Ibu ini memiliki riwayat penyakit yang memerlukan pengobatan tetapi belum dilakukan. Ibu ini juga memiliki riwayat penyakit pada masa kehamilan yang memerlukan pengawas.</p> <p>LAMPIRAN 16 DATA BAYI</p> <p>1. Nama: Dwi Sari Wulan 2. Jenis kelamin: Perempuan 3. Tanggal lahir: 15 Mei 2023 4. Berat lahir: 3,5 kg 5. Panjang lahir: 50 cm</p>

Data Tingkat Kepentingan Penghuni Kos 786

Responden ke-	REKAPITULASI HASIL KUISIONER TINGKAT KEPENTINGAN															TOTAL	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	58
2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	55
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	59
5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	53
6	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	55
7	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	55
8	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	57
9	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	53
10	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	56
11	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	54
12	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	52
13	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
14	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	55
15	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	52
16	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	59
17	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	56
18	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	57
19	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	56
20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	53
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	52
22	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	58
23	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	57
24	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	53
25	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	56
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	50
27	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	50
28	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	54
29	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	52
30	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	55
31	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	58
32	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	58
33	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	52
34	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	60
35	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	55
36	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	60
37	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
38	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	55
39	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	54
40	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	50
41	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	57
42	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	54
43	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	55
44	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	57
45	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	60
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	52

Data Tingkat Kepuasan Penghuni Kos 786

Responden ke-	REKAPITULASI HASIL KUISIONER TINGKAT KEPUASAN															TOTAL	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	58
2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	58
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	56
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
7	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	59
8	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
9	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	61
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
12	2	3	4	4	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	50
13	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	49
14	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	58
15	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	2	3	4	3	3	4	54
16	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	59
17	4	4	3	3	4	2	3	4	2	3	2	4	4	3	4	4	53
18	4	4	4	3	2	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	55
19	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	54
20	3	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58
21	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	46
22	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	46
23	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	53
24	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	51
25	3	4	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
26	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	55
27	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	58
28	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	53
29	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	53
30	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	55
31	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
32	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
33	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	60
34	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	58
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
37	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	59
38	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	46
39	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
42	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	53
43	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	57
44	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	55
45	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
46	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62

LAMPIRAN C 3

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS KOS 786

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS TINGKAT KEPENTINGAN

Correlations^c																	Total	
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16		
x1	Pearson Correlation	1	-.151	.415**	-.120	.175	.469**	.022	-.016	.269	.077	.237	.008	.074	.164	-.021	.137	.474**
	Sig. (2-tailed)		.317	.004	.427	.244	.001	.883	.918	.070	.613	.113	.956	.624	.276	.888	.362	.001
x2	Pearson Correlation	-.151	1	.151	.274	-.042	-.209	.233	.112	-.061	-.086	-.006	.305*	.112	.198	.114	.022	.330*
	Sig. (2-tailed)	.317		.317	.065	.782	.163	.119	.458	.687	.570	.970	.039	.458	.187	.450	.885	.025
x3	Pearson Correlation	.415**	.151	1	.222	.088	-.023	.183	.195	.138	.011	.036	.278	.105	.105	-.225	.214	.484**
	Sig. (2-tailed)	.004	.317		.138	.138	.313	.184	.878	.038	.172	.630	.916	.062	.511	.005	.504	.104
x4	Pearson Correlation	-.120	.274	.222	1	-.152	-.199	-.023	.307*	-.205	.073	.016	.278	.099	.411**	-.101	.243	.335*
	Sig. (2-tailed)	.427	.065	.138		.313	.184	.878	.038	.172	.630	.916	.062	.511	.005	.504	.104	.023
x5	Pearson Correlation	.175	-.042	.088	-.152	1	.221	-.051	-.089	.323*	.306*	.135	.000	.178	-.178	.447**	-.087	.407**
	Sig. (2-tailed)	.244	.782	.562	.313		.140	.737	.556	.028	.039	.371	1.000	.236	.236	.002	.565	.005
x6	Pearson Correlation	.469**	-.209	-.023	-.199	.221	1	.160	.051	-.061	.148	.185	-.075	.039	.051	-.013	.081	.297
	Sig. (2-tailed)	.001	.163	.878	.184	.140		.289	.736	.689	.325	.219	.620	.795	.736	.934	.594	.045
x7	Pearson Correlation	.022	.233	.183	-.023	-.051	.160	1	.241	-.074	-.002	.310*	.039	-.073	-.073	.147	.435**	.348*
	Sig. (2-tailed)	.883	.119	.223	.878	.737	.289		.107	.624	.988	.036	.799	.631	.631	.329	.003	.018
x8	Pearson Correlation	-.016	.112	.195	.307*	-.089	.051	.241	1	-.097	-.159	.152	.051	.087	.179	-.214	.392**	.356*
	Sig. (2-tailed)	.918	.458	.193	.038	.556	.736	.107		.520	.290	.312	.739	.564	.235	.154	.007	.015
x9	Pearson Correlation	.269	-.061	.138	-.205	.323*	-.061	-.074	-.097	1	.233	-.033	.008	-.014	-.097	.358*	.127	.339*
	Sig. (2-tailed)	.070	.687	.359	.172	.028	.689	.624	.520		.119	.829	.960	.924	.520	.014	.402	.021
x10	Pearson Correlation	.077	-.086	.011	.073	.306*	.148	-.002	-.159	.233	1	-.069	.132	.288	.198	.353*	-.171	.405**
	Sig. (2-tailed)	.613	.570	.940	.630	.039	.325	.988	.290	.119		.650	.382	.053	.186	.016	.256	.005
x11	Pearson Correlation	.237	-.006	.036	.016	.135	.185	.310*	.152	-.033	-.069	1	-.277	-.124	.152	-.086	.192	.302*
	Sig. (2-tailed)	.113	.970	.815	.916	.371	.219	.036	.312	.829	.650		.063	.410	.312	.570	.201	.041*
x12	Pearson Correlation	.008	.305*	.278	.278	.000	-.075	.039	.051	.008	.132	-.277	1	.051	.147	.158	.029	.352*
	Sig. (2-tailed)	.956	.039	.062	.062	1.000	.620	.799	.739	.960	.382	.063		.739	.329	.296	.849	.017
x13	Pearson Correlation	.074	.112	.105	.099	.178	-.039	-.073	.087	-.014	.288	-.124	.051	1	.087	.120	-.143	.309*
	Sig. (2-tailed)	.624	.458	.485	.511	.236	.795	.631	.564	.924	.053	.410	.739		.564	.429	.342	.036
x14	Pearson Correlation	.164	.198	.105	.411**	-.178	.051	-.073	.179	-.097	.198	.152	.147	.087	1	.120	.124	.433**
	Sig. (2-tailed)	.276	.187	.485	.005	.236	.736	.631	.235	.520	.186	.312	.329	.564		.429	.411	.003
x15	Pearson Correlation	-.021	.114	-.225	-.101	.447**	-.013	-.147	-.214	.358*	.353*	-.086	.158	.120	.120	1	-.156	.318*
	Sig. (2-tailed)	.888	.450	.133	.504	.002	.934	.329	.154	.014	.016	.570	.296	.429	.429		.301	.031
x16	Pearson Correlation	.137	.022	.214	.243	-.087	.081	.435*	.392*	.127	-.171	.192	.029	-.143	.124	-.156	1	.401**
	Sig. (2-tailed)	.362	.885	.154	.104	.565	.594	.003	.007	.402	.256	.201	.849	.342	.411	.301		.006
Total	Pearson Correlation		.474**	.330*	.484**	.335*	.407**	.297*	.348*	.356*	.339*	.405**	.302*	.352*	.309*	.433**	.318*	.401**
	Sig. (2-tailed)		.001	.025	.001	.023	.005	.045	.018	.015	.021	.005	.041	.017	.036	.003	.031	.006

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=46

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.573	16

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS TINGKAT KEPUASAN

Correlations ^c																				
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	Total			
X1	Pearson Correlation	1	.240	.184	.204	.122	.234	.399**	.190	.134	.277	.149	.353*	.372*	.156	.089	.313*	.496**		
	Sig. (2-tailed)		.109	.222	.173	.420	.117	.006	.205	.373	.062	.323	.016	.011	.301	.556	.034	.000		
X2	Pearson Correlation	.240	1	-.065	-.008	.125	.261	.214	.276	.214	.218	.075	.218	.303*	.267	.037	.229	.405**		
	Sig. (2-tailed)		.109			.668	.956	.407	.079	.154	.063	.153	.145	.621	.145	.040	.073	.807	.125 .005	
X3	Pearson Correlation	.184	-.065	1	.058	.072	-.117	.078	.172	-.118	.194	-.037	-.069	-.076	-.026	.350*	.242	.173		
	Sig. (2-tailed)		.222			.668		.700	.635	.438	.604	.252	.434	.195	.808	.650	.614	.863	.017 .105 .249	
X4	Pearson Correlation	.204	-.008	.058	1	.390**	.399**	.241	.311*	.211	.303*	.245	.364*	.085	.325*	.092	.211	.542**		
	Sig. (2-tailed)		.173			.956		.700		.007	.006	.106	.036	.159	.041	.101	.013	.543	.158 .000	
X5	Pearson Correlation	.122	.125	.072	.390**	1	.312*	-.027	.212	.211	.222	.058	.222	.294*	.178	-.050	.182	.417**		
	Sig. (2-tailed)		.420			.635		.007	.035	.860	.157	.158	.138	.700	.138	.047	.237	.743	.227 .004	
X6	Pearson Correlation	.234	.261	-.117	.399**	.312*	1	.225	.287	.589**	.528**	.578**	.476**	.206	.633**	.132	.208	.739**		
	Sig. (2-tailed)		.117			.079		.438	.006	.035		.133	.053	.000	.000	.001	.170	.000	.381 .165 .000	
X7	Pearson Correlation	.399**	.214	.078	.241	-.027	.225	1	.130	.131	.308*	.185	.232	.274	.343*	.295*	.213	.480**		
	Sig. (2-tailed)		.006			.154		.604	.106	.860	.133	.389	.387	.038	.217	.121	.066	.020	.047 .156 .001	
X8	Pearson Correlation	.190	.276	.172	.311*	.212	.287	.130	1	.062	.260	.140	.260	.206	.328*	.575**	.606**	.534**		
	Sig. (2-tailed)		.205			.063		.252	.036	.157	.053	.389	.684	.081	.355	.081	.169	.026	.000 .000 .000	
X9	Pearson Correlation	.134	.214	-.118	.211	.211	.589**	.131	.062	1	.534**	.730**	.591**	.408**	.548**	.048	-.023	.654**		
	Sig. (2-tailed)		.373			.153		.434	.159	.158	.000	.387	.684	.000	.000	.005	.000	.751	.878 .000	
X10	Pearson Correlation	.277	.218	.194	.303*	.222	.528**	.308*	.260	.534**	1	.513**	.647**	.271	.698**	.195	.228	.741**		
	Sig. (2-tailed)		.062			.145		.195	.041	.138	.000	.038	.081	.000	.000	.068	.000	.195	.128 .000	
X11	Pearson Correlation	.149	.075	-.037	.245	.058	.578**	.185	.140	.730**	.513**	1	.442**	.116	.537**	.207	.048	.619**		
	Sig. (2-tailed)		.323			.621		.808	.101	.700	.000	.217	.355	.000	.000	.002	.443	.000	.168 .750 .000	
X12	Pearson Correlation	.353*	.218	-.069	.364*	.222	.476**	.232	.260	.591**	.647**	.442**	1	.382**	.611**	.195	.228	.714**		
	Sig. (2-tailed)		.016			.145		.650	.013	.138	.001	.121	.081	.000	.000	.002	.009	.000	.195	.128 .000
X13	Pearson Correlation	.372*	.303*	-.076	.085	.294*	.206	.274	.206	.408**	.271	.116	.382**	1	.245	.150	.100	.474**		
	Sig. (2-tailed)		.011			.040		.614	.574	.047	.170	.066	.169	.005	.068	.443	.009	.100	.319	.508 .001
X14	Pearson Correlation	.156	.267	-.026	.325*	.178	.633**	.343*	.328*	.548**	.698**	.537**	.611**	.245	1	.163	.283	.738**		
	Sig. (2-tailed)		.301			.073		.863	.027	.237	.000	.020	.026	.000	.000	.000	.100	.280	.057	.000
X15	Pearson Correlation	.089	.037	.350*	.092	-.050	.132	.295*	.575**	.048	.195	.207	.195	.150	.163	1	.509**	.409**		
	Sig. (2-tailed)		.556			.807		.017	.543	.743	.381	.047	.000	.751	.195	.168	.319	.280	.000	.005
X16	Pearson Correlation	.313*	.229	.242	.211	.182	.208	.213	.606**	-.023	.228	.048	.228	.100	.283	.509**	1	.482**		
	Sig. (2-tailed)		.034			.125		.105	.158	.227	.165	.156	.000	.878	.128	.508	.057	.000	.001	
Total	Pearson Correlation	.496**	.405**	.173	.542**	.417**	.739**	.480**	.534**	.654**	.741**	.619**	.714**	.474**	.738**	.409**	.482**	1		
	Sig. (2-tailed)		.000			.005		.249	.000	.004	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.005	.001	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=46

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	16

LAMPIRAN D 1

HOUSE OF QUALITY

No.	Needs Statement	Direction of Goodness																						Customer Satisfaction Performance	Importance to Customer	Goal	Improvement ratio	Sales point	Raw weight	Normalized raw weight	
		Standar luas area parkir	Standar fasilitas internet	Ketersediaan Housekeeping Tools	Standar kebersihan kos	Standar lingkungan kos	Standar kenyamanan kos	TB	TB	Standar fasilitas kamar	Standar kebutuhan ruang tunggu	Pemasangan iklan	Prosedur kerja (SOP)	Prosedur mendayani penghuni kos	Standar waktu pelayanan	Kualitas SDM	TB	TB	SOP Keamanan	Standar fasilitas keamanan	Fasilitas kritis dan saran	TB	Kemudahan dalam melayani penghuni kos								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20										
1	Kapasitas lahan parkir yang memadai	9	0	0	3	3	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	9	3	0	0	0	2.39	3.70	3.04	1.27	1.50	7.06	0.08	
		0.7407	0	0	0.2469	0.2469	0.7407	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.2469	0.7407	0.2469	0	0	0								
2	Ketersediaan fasilitas internet	0	9	0	0	0	9	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.61	3.57	2.59	1.61	1.20	6.88	0.08
3	Kebersihan dan kerapian kos	9	0	9	9	9	9	0	9	0	9	9	9	9	9	9	9	3	0	0	0	9	9	1.89	3.52	2.71	1.43	1.20	6.05	0.07	
4	Kenyamanan kos	0.6349	0	0.6349	0.6349	0.6349	0.6349	0.6349	0	0.6349	0	0.6349	0.6349	0.6349	0.6349	0.6349	0.6349	0.2116	0	0	0.6349	0.6349	0								
5	Ketersediaan sarana ruang tambahan	9	9	3	9	9	9	1	9	3	0	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	2.30	3.61	2.96	1.28	1.50	6.95	0.08	
6	Ketersediaan fasilitas kamar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.67	3.11	2.89	1.08	1.20	4.03	0.05
7	Kapasitas ruang tunggu yang memadai	0	3	0	9	9	9	0	0	9	0	0	9	3	0	9	0	9	9	9	9	9	9	0	0	0	0	0	0	0.47792	
8	Kemudahan dalam mengakses informasi kos di internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.30	3.24	2.27	1.74	1.00	5.64	0.07
9	Penjaga kos selalu berada di kos	0	0	0	9	9	9	0	0	0	0	0	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	3	1.43	3.46	2.45	1.70	1.00	5.89	0.07
10	Respon penjaga kos dalam menanggapi keluhan penghuni	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	2.72	3.61	3.16	1.16	1.50	6.30	0.07	
11	Kecepatan dan ketepatan dalam melayani kebutuhan penghuni kos	1	9	9	9	9	9	9	9	9	0	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	2.22	3.41	2.82	1.27	1.00	4.33	0.05	
12	Penjaga kos menegur dengan cara yang sopan jika penghuni melakukan kesalahan	0	1	9	9	9	9	3	9	9	1	9	9	9	9	1	9	9	9	9	9	9	9	2.89	3.50	3.20	1.11	1.50	5.80	0.07	
13	Penjaga melakukan pengawasan secara rutin	9	9	9	9	9	9	0	0	1	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	1.57	3.43	2.50	1.60	1.00	5.49	0.06	
14	Peenghuni tidak perlu merasa ragu atau takut kehilangan barang	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.0	0.064	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576	0.576								
15	Pihak kos menerima dan menanggapi kritik dan saran dari para penghuni kos	9	9	9	9	9	9	9	9	9	0	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	3.15	3.37	3.26	1.03	1.20	4.18	0.05		
16	Bersikap ramah dalam melayani penghuni kos	0	0	0	9	9	9	0	0	0	0	0	9	9	1	9	1	9	1	9	0	0	9	3.63	3.59	3.61	0.99	1.50	5.35	0.06	
	Satuan	m ²	Binary	Unit	Binary	Binary	Binary	m ²	Binary	Binary	Binary	SOP	SOP	Dokt.	Elemen	SOP	SOP	SOP	SOP	Binary	Binary	SOP									
	Kontribusi	4.47	4.68	3.88	6.60	6.59	8.44	2.93	4.96	4.16	2.14	5.37	6.55	5.61	6.27	6.01	5.28	6.65	6.16	6.36	5.64										
	Normalisasi Kontribusi	0.04	0.04	0.04	0.06	0.06	0.08	0.03	0.05	0.04	0.02	0.05	0.06	0.05	0.06	0.06	0.05	0.06	0.05	0.06	0.05	0.06									
	Ranking	16	15	18	3	4	1	19	14	17	20	12	5	11	7	9	13	2	8	6	10										

LAMPIRAN D 2
MATRIKS KORELASI

Standar huas area parkir	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	MTB	TB	TB	MTB	LTB	MTB	LTB	MTB	MTB	TB	MTB	MTB	TB	TB
Standar fasilitas internet																			
Ketersedian Housekeeping Tools																			
Standar kebersihan kos																			
Standar lingkungan kos																			
Standar kenyamanan kos																			
Standar sarana ruang tamahan																			
Standar fasilitas karar																			
Standar kebutuhan ruang ungu																			
Pemasangan iklan																			
Prosedur kerja (SOP)																			
Prosedur melayani penghuni kos																			
Standar waktu pelayanan																			
Kualitas SDM																			
Standar ketepatan pelayanan																			
Prosedur menegur penghuni kos																			
SOP Keamanan																			
Standar fasilitas keamanan																			
Fasilitas kritis dan saran																			
Keramahan dalam melayani penghuni kos																			