

**EVALUASI TINGKAT KUALITAS PRODUK PARFUM JENIS
GRADE B DALAM MEMENUHI KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
(QFD)**

**(Studi kasus PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF) Wilayah
Penjualan Jakarta Utara)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Muhamad Rifai

NIM : 43111110091

Program studi manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

**EVALUASI TINGKAT KUALITAS PRODUK PARFUM JENIS
GRADE B DALAM MEMENUHI KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
(QFD)**

**(Studi kasus PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF) Wilayah
Penjualan Jakarta Utara)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Muhamad Rifai

NIM : 43111110091

Program studi manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Rifai

NIM : 43111110091

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Februari 2016



Muhamad Rifai

NIM : 43111110091

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Rifai
NIM : 43111110091
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Evaluasi Tingkat Kualitas Produk Parfum Jenis Grade B Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF) di Wilayah Penjualan Jakarta Utara)
Tanggal Lulus Ujian : 4 Februari 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing,

Ketua Penguji,



Hesti Maheswari, SE., M.Si.

Mafizatun Nurhayati, SE., MM.

Tanggal: 9/2/2016

Tanggal: 9/2/2016

Dekan,

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.

Dr. Rina Astini, SE., MM.

Tanggal: 9/2/2016

Tanggal: 9/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan Karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Evaluasi Tingkat Kualitas Produk Parfum Jenis Grade B Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF) Penjualan Wilayah Jakarta Utara)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Prof. Dr. Wiwiek Utami, Ak.,MS.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta, Bpk Sumeh dan Ibu Darsih yang sudah mendidik serta memberi kasih sayang dan doa yang tiada henti. Adik tercinta, Khoirul Huda, Achmad Reza yang telah memberikan motivasi untuk penulis.
6. Ayu Lestari Putri selaku kekasih tercinta yang telah banyak memberikan motivasi dan dorongan dalam penulisan skripsi ini. sahabat-sahabat penulis Mas Utis, Rico, Bayu Baskoro, Difta, Rusdi, Iqbal, Johan Umbu, Rudi, Taufik, Achmad Syifa, Udin, Achmad dani, Pak Sobirin, Nova, Zelyka *BLOSO, Fun & Fabolous, THC, Karang Taruna o6, Irmans An_nur* untuk segala keceriaan, kebersamaan, nasehat, dan bantuannya.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memanggil penulis "Fay". Terima kasih atas motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, dan penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 4 Februari

2016

Muhamad Rifai

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kontribusi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Pengertian Manajemen Operasi.....	8
B. Perilaku Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya	9
C. Metode Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	10
D. Definisi Pelanggan.....	11

E. Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	11
F. Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	12
G. Kualitas Produk.....	13
H. Dimensi Kualitas Produk.....	14
I. Perancangan Dan Pengembangan Produk.....	16
J. Konsep Sampling.....	19
K. Skala.....	23
L. Pengertian Total Quality Management (TQM).....	26
M. Pengertian Quality Function Deployment (QFD)	27
N. Peneliiian Terdahulu.....	30
O. Kerangka Penelitian.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	34
C. Variabel dan Skala Pengukuran.....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Metode Analisis Data	46
G. Teknik Pengolahan Data	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	51
B. Karakteristik Umum Responden	54
1. Karakteristik Berdasarkan Alasan Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	54
2. Karakteristik Berdasarkan Perusahaan Sejenis (Kompetitor lainnya) Sebelum Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	55

3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	57
5. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden.....	58
6. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	59
7. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan Responden.....	61
C. Tingkat Harapan Pelanggan Terhadap Kualitas Parfum Jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	61
D. Tingkat Kepentingan Pelanggan Terhadap Produk Parfum Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	63
1. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Durability</i> (Daya Tahan)	64
2. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Durability</i> (Daya Tahan)	65
3. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Performance</i> (Performa).....	66
4. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Performance</i> (Performa).....	66
5. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	67
6. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	68
7. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Percived Qualitty</i> (Persepsi Kualitas).....	69
8. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Percived Qualitty</i> (Persepsi Kualitas).....	70
9. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	71
10. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	71
11. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	72

12. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	73
13. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	74
14. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	75
15. Validitas Tingkat Kepentingan <i>Feature</i> (Fitur).....	76
16. Reliabilitas Tingkat Kepentingan <i>Feature</i> (Fitur).....	76
17. Rata- Rata Tingkat Kepentingan Pelanggan	77
E. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Parfum Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	79
1. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Durability</i> (Daya Tahan)	80
2. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Durability</i> (Daya Tahan)	81
3. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Performance</i> (Performa).....	82
4. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Performance</i> (Performa).....	82
5. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	83
6. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	83
7. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Percived Qualitty</i> (Persepsi Kualitas).....	85
8. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Percived Qualitty</i> (Persepsi Kualitas).....	86
9. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	87

10. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	87
11. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	88
12. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	89
13. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	90
14. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	91
15. Validitas Tingkat Kepuasan <i>Feature</i> (Fitur).....	92
16. Reliabilitas Tingkat Kepuasan <i>Feature</i> (Fitur).....	92
17. Rata- Rata Tingkat Kepuasan Pelanggan	93
18. Target <i>Performance</i> (Goal).....	95
F. Data Kesenjangan (GAP)	98
G. Keunggulan Kualitas dan Prasarana Operasional Produk Parfum Jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	101
1. Karakteristik Teknis yang dimiliki PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	101
2. Menentukan Arah Perbaikan dan Target Dari Setiap Karakteristik Teknis	102
3. Hubungan Antara Keinginan Pelanggan & Karakteristik Teknis	103
4. Korelasi Persyaratan Teknis atau <i>technical correlation</i> ...	103
5. <i>Technical Matrix</i>	104
6. Data <i>Technical Benchmarks</i>	114

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	116
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	124



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Tabel Data Penjualan PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	4
2.1	Tabel Skala Likert.....	24
2.2	Tabel Penelitian Terdahulu	30
3.1	Tabel Format Kuesioner Identifikasi atribut.....	37
3.2	Tabel Operasional Variabel	41
4.1	Tabel Alasan Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	54
4.2	Tabel Perusahaan Sejenis (Kompetitor lainnya) Sebelum Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	55
4.3	Tabel Jenis Kelamin Responden.....	56
4.4	Tabel Usia Responden.....	57
4.5	Tabel Pendidikan Responden.....	58
4.6	Tabel Pekerjaan Responden.....	59
4.7	Tabel Pendapatan Perbulan Responden.....	60
4.8	Tabel Harapan Pelanggan.....	62
4.9	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Durability</i> (Daya Tahan).....	64
4.10	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Performance</i> (Performa).....	66
4.11	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	67
4.12	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Percived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	69

4.13	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	71
4.14	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	72
4.15	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	74
4.16	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan <i>Feature</i> (Fitur).....	76
4.17	Tabel Rata-Rata Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	78
4.18	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Durability</i> (Daya Tahan).....	80
4.19	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Performance</i> (Performa).....	82
4.20	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	83
4.21	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Percived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	85
4.22	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Aesthetic</i> (Estetika).....	87
4.23	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Servis Ability</i> (Kemampuan Layanan).....	88
4.24	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Conformance</i> (Kesesuaian).....	90
4.25	Tabel Validitas Tingkat Kepuasan <i>Feature</i> (Fitur).....	92
4.26	Tabel Rata-Rata Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	94
4.27	Tabel <i>Performance</i> (Goal).....	95
4.28	Tabel Data Kesenjangan (GAP)	99
4.29	Tabel Karakteristik teknis yang dimiliki PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF)	101
4.30	Tabel Arah Perbaikan Karakteristik Teknis	102
4.31	Tabel Nilai <i>Absolute Importance</i> dan <i>Relative Importance</i>	105
4.32	Tabel Prioritas Perhatian Karakteristik Teknis	106
4.33	Tabel Data <i>Technical Benchmarks</i>	114

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.2	Gambar Persentase Total Keluhan Pelanggan PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	4
2.1	Gambar Alur Operasi Merubah Input Menjadi Output	8
2.2	Gambar <i>House Of Quality</i>	31
2.3	Gambar Rerangka Pemikiran	32
3.1	Gambar <i>Flowchart Metodologi</i> Penelitian.....	34
4.1	Gambar Persentase Alasan Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	55
4.2	Gambar Persentase Perusahaan Sejenis (Kompetitor lainnya) Sebelum Menggunakan produk parfum jenis Grade B PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	56
4.3	Gambar Persentase Jenis Kelamin Responden.....	57
4.4	Gambar Persentase Usia Responden.....	58
4.5	Gambar Persentase Pendidikan Responden.....	59
4.6	Gambar Persentase Pekerjaan Responden.....	60
4.7	Gambar Persentase Pendapatan Perbulan Responden.....	61
4.8	Gambar Korelasi Persyaratan Teknis (<i>House of Quality</i>)	91
4.9	Gambar Pemetaan <i>House of Quality</i> PT Double Horse Flavor and Fragrance (DHFF).....	115

LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 2	Pemetaan <i>House of Quality</i>	133

