

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN  
WAHANA WISATA “*WEST TAMP TUBING*” TAMPIR  
KULON MENGGUNAKAN METODE *QUALITY  
FUNCTION DEPLOYMENT***



Disusun oleh :

**MUCHAMAD BASORI**

**NPM. 14.0501.0024**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

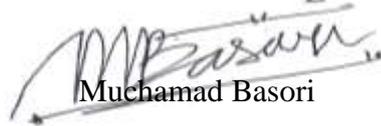
**TAHUN AKADEMIK 2018**

## HALAMAN PENEGASAN

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muchamad Basori  
NPM : 14.0501.0024

Magelang, 8 Agustus 2018



Muchamad Basori

NPM. 14.0501.0024

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muchamad Basori  
NPM : 14.0501.00024  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Judul Laporan Skripsi : Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan wahana wisata “ West Tamp Tubing” Tampir kulon menggunakan metode *Quality function Deployment*.

Menyatakan bahwa laporan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan, saya siap mempertanggung jawabkan.

Magelang, 8 Agustus 2018



Muchamad Basori  
NPM. 14.0501.0024

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN WAHANA WISATA  
"WEST TAMP TUBING" TAMPIR KULON MENGGUNAKAN METODE  
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT**

disusun oleh

**MUCHAMAD BASORI  
NPM. 14.0501.0024**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 8 Agustus 2018



Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Eko Muh Widodo, M.T.**  
NIDN.0013096501

**Affan Rifa'i, ST., MT.**  
NIDN.0601107702

Penguji I

Penguji II

**Yun Arifatul Fatimah, S.T., M.T., Ph.D.**  
NIDN.1006067403

**Ir. Mochammad Aman, MT**  
NIDN.0613066301

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik  
Tanggal 8 Agustus 2018  
Dekan



**Yun Arifatul Fatimah, S.T., M.T., Ph.D.**  
NIK.987408139

## KATA PENGANTAR

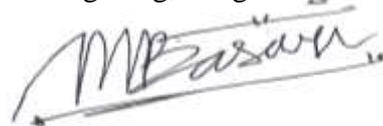
Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat nikmat dan karunia-Nya, Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan Skripsidilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Magelang.

Dalam penyelesaiannya banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, diucapkan terima kasih kepada :

1. Yun Arifatul Fatimah, S.T., M.T., Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ir. Eko Muh Widodo, MT selaku Rektor, DPA dan dosen pembimbing utama yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan skripsi ini.
3. Affan Rifa'i, ST., MT selaku kepala program studi dan dosen pembimbing kedua.
4. Beberapa pihak yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan;
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
6. Para sahabat yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Magelang, 8 Agustus 2018



Muchamad Basori

NPM. 14.0501.0024

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENEGASAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
ABTRAK .....	x
\ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan masalah.....	2
C. Tujuan penelitian .....	2
D. Manfaat penelitian .....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 .kajian Pustaka.....	4
2.2. Landasan Teori .....	6
2.2.1 Pengertian West Tamp tubing .....	6
2.2.2 Kepuasan Pelanggan.....	6
2.2.3 Variabel Kepuasan.....	8
2.2.4 Quality Function Deployment .....	11
2.2.5 House of Quality.....	12
2.2.6 Tahapan-tahapan Implementasi Quality Function Deployment.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 .Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.2. Metode Penelitian .....	19
3.2.1 Penentuan Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian .....	19
3.2.2 Identifikasi Populasi dan Sampel.....	19
3.2.3 Penyusunan Kuesioner.....	22
3.2.4 Penyebaran Kuesioner .....	23
3.2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
3.2.6 Pengolahan Data Quality Function Deployment .....	24
3.2.7 Matrik HOQ Customer Requirement to Technical Rquirement. ....	24
3.2.8 Kesimpulan dan Saran .....	28
3.2.9 Alur penelitian .....	27
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Pengumpulan Data .....	30
4.2 Pengolahan Data.....	30
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
4.3 Pengolahan Data Quality Function Deployment.....	32
4.4 Natrik HOQ <i>Customer Requirements to Technical Requirement</i> ...	32
4.4.1 Derajat kepentingan Relatif Tingkat Kepuasan Butir Atribut Jasa .....	32

4.4.2	Kinerja Atribut Jasa Wahana Wisata West Tamp Tubing Tampir kulon.....	33
4.4.3	Nilai Target.....	35
4.4.4	Rasio Perbaikan .....	36
4.4.5	Sales Point .....	37
4.4.6	Bobot Atribut Jasa .....	38
4.4.7	Normalisasi Bobot Atribut Jasa.....	38
4.4.8	Parameter Teknik.....	40
4.4.9	Interaksi antara Keinginan Konsumen dengan Pa- rameter Teknik.....	40
4.4.10	Nilai Matrik Interaksi Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik.....	40
4.4.11	Matrik HOQ Customer Requirement to Tecnial Re- quirement .....	46
4.5	Matrik HOQ Technical Requirement to Process Requirement .....	49
4.5.1	Normalisasi Bobot .....	48
4.5.2	Proces Requirement.....	48
4.5.3	Interaksi Antar Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik.....	49
4.5.4	Nilai interaksi Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik.....	49
4.5.5	Hubungan Antar Kebutuhan Proses .....	54
4.5.6	Matrik HOQ Technical Requirement to Process Require- ment .....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1.	Kesimpulan .....	56
5.2.	Saran .....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Sales Point</i> .....	14
Tabel 2.2 Simbol dan Nilai Matrik .....	15
Tabel 2.3 Simbol Interaksi Parameter .....	15
Tabel 3.1 Daftar Pengunjung Juni 2018.....	20
Tabel 3.2 Daftar Saran .....	20
Tabel 3.3 Daftar Komplain .....	20
Tabel 3.4 Kompetitor <i>Tubing</i> .....	21
Tabel 3.5 Daftar Saran Tuk Gong <i>Adventured</i> .....	21
Tabel 3.6 Daftar Komplain Tuk Gong <i>Adventured</i> .....	21
Tabel 3.7 Daftar Saran Little Ubud River <i>Tubing</i> .....	22
Tabel 3.8 Daftar Komplain Little Ubud River <i>Tubing</i> .....	22
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	28
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas .....	29
Tabel 4.3 Derajat Kepentingan Relatif Butir Tingkat Kepuasan .....	31
Tabel 4.4 Kinerja Atribut Jasa .....	32
Tabel 4.5 Nilai Target .....	33
Tabel 4.6 Rasio Perbaikan.....	34
Tabel 4.7 <i>Sales Point</i> .....	35
Tabel 4.8 Bobot Atribut Jasa.....	36
Tabel 4.9 Normalisasi Bobot Atribut Jasa .....	37
Tabel 4.10 Parameter Teknik .....	38
Tabel 4.11 Nilai Matrik Interaksi Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik berupa Angka.....	39
Tabel 4.12 Nilai Matrik Interaksi Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik berupa Simbol.....	40
Tabel 4.13 Nilai Interaksi Parameter Teknik .....	41
Tabel 4.15 Nilai Matrik Interaksi Parameter Teknik (100%) .....	42
Tabel 4.16 Prioritas Parameter Teknik.....	42
Tabel 4.17 Interaksi Antar Parameter Teknik .....	43
Tabel 4.18 Normalisasi Bobot Parameter Teknik .....	46
Tabel 4.19 kebutuhan Proses.....	47
Tabel 4.20 Interaksi Parameter Teknik dengan Kebutuhan Proses Berupa Angka.....	48
Tabel 4.21 Interaksi Parameter Teknik dengan Kebutuhan Proses Berupa Simbol .....	49
Tabel 4.22 Nilai Interaksi Kebutuhan Proses .....	50
Tabel 4.23 Nilai matrik Interaksi Kebutuhan Proses (dalam %).....	51
Tabel 4.24 Prioritas Kebutuhan Proses .....	51
Tabel 4.25 Interaksi Antrar Kebutuhan Proses .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>House of Quality</i> .....	13
Gambar 3.1 <i>Flow Charts</i> Penelitian .....	27
Gambar 4.1 Matrik HOQ 1 Customer Requirement to Technical Requirement ..	45
Gambar 4.2 Matrik HOQ 2 Technical Requirement to Process Requirement.....	54

## ABSTRAK

### ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN WAHANA WISATA “*WEST TAMP TUBING*” TAMPIR KULON MENGGUNAKAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*

Oleh : Muchamad Basori

Pembimbing : 1. Ir. Eko Muh Widodo, MT

2. Affan Rifa’i, ST., MT

Wisata “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon adalah wahana yang terkenal di Magelang dan sekitarnya. Pengunjung perjuni 2018 hingga 360 orang, banyaknya pengunjung meningkatkan angka kritik dan saran sebesar 24 kritik dan 21 saran. Seperti : kerahamahan pelayanan, tempat parkir yang kurang luas, pelayanan yang kurang tanggap, aliran sungai banyak sampah. Penelitian guna meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan adanya peningkatan mutu pelayanan untuk mempertahankan konsumen. Penelitian ini menggunakan analisis metode *Quality Function Deployment* sampai tahap 2 yaitu untuk mencoba mengetahui atribut-atribut jasa yang diinginkan konsumen, tingkat kepentingan, kinerja atribut jasa wahana, parameter teknik, kebutuhan proses dan prosedur kualitas. QFD diaplikasikan untuk menerjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen ke dalam prosedur kualitas yang lebih terperinci dan jelas secara teknis. Hasil dari penelitian pada wahana wisata “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon dengan menggunakan QFD, didapatkan 15 atribut jasa yang diinginkan oleh konsumen dan diterjemahkan ke dalam 9 parameter teknik dalam *House of Quality* (HOQ) tahap 1. Matrik HOQ tahap 2 menggambarkan bagaimana 9 parameter teknik tersebut dijabarkan menjadi 9 kebutuhan proses beserta urutan prioritasnya. Urutan prioritas prosedur kualitas inilah yang menjadi pedoman dalam pengembangan jasa wahana wisata “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon.

**Kata kunci :** Kepuasan Pelanggan, *QFD*

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION LEVEL OF TOURISM "WEST TAMP TUBING" TAMPIR KULON USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT METHOD**

By : Muchamad Basori

Supervisor : 1. Ir. Eko Muh Widodo, MT

2. Affan Rifa'i, ST., MT

Tourism "West Tamp Tubing" Tampir kulon is a famous vehicle in Magelang and its surroundings. Visitors celebrate 2018 to 360 people, the number of visitors increases the number of criticisms and suggestions by 24 criticisms and 21 suggestions. Such as: piety of service, parking area that is not wide enough, service that is less responsive, river flow is a lot of garbage. Research in order to improve the quality of service with the aim of increasing the quality of services to maintain consumers. This study uses the analysis of the Quality Function Deployment method until stage 2, namely to try to find out the service attributes desired by consumers, the level of importance, the performance of vehicle service attributes, technical parameters, the need for quality processes and procedures. QFD is applied to translate what consumers want into quality procedures that are more detailed and technically clear. The results of the study on the Tampir Kulon "West Tamp Tubing" tourism vehicle using QFD, obtained 15 service attributes desired by consumers and translated into 9 technical parameters in the House of Quality (HOQ) stage 1. The HOQ stage 2 matrix describes how the 9 technical parameters are translated into 9 process requirements along with the priority sequence. This priority sequence of quality procedures is the guideline in the development of the West Tamp Tubing tourist attraction service.

**Keywords:** Customer Satisfaction, QFD

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Era globalisasi menuntut orintasi pelayanan jasa kepada pelanggan untuk eksis dengan cara mendapatkan serta mempertahankan kualitas jasa. Salah satu cara yang digunakan dengan pelayanan yang baik dan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut.

Wahana wisata “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon adalah wahana wisata yang bergerak dibidang jasa. wahana “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon berdiri pada tanggal 7 September 2016 yang beralamat di desa Tampir kulon Rt: 02 Rw: 01 Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang. Adanya wahana wisata ini sangat berpengaruh pada perekonomian masyarakat yaitu menambah penghasilan keluarga, menampung pemuda pengangguran dan mempersatukan para pemuda sebagian desa Tampir kulon.

Wahana wisata “*West Tamp Tubing*” Tampir kulon hingga ini sudah dikenali masyarakat sampai diluar Magelang. Hal ini harus berjalan beririgan dengan kualitas pelayanan wahana. Karena perlu fasilitas-fasilitas yang sudah ada ataupun belum ada butuh perhatian guna kenyamanan pengunjung seperti : tempat parkir, tempat tunggu, tempat bilas atau tempat ganti, aliran sungai, loket dan penitipan barang. Demi kenyamanan pengunjung pengelola wahana harus berorientasi kepada kepuasan pengunjung. Adapun data juni pengunjung tahun 2018 sebanyak 390 orang dengan 21 orang memberi saran tentang fasilitas dan 24 orang menyatakan kritik. Seperti : kerahamahan pelayanan, tepat parkir yang kurang luas, pelayanan yang kurang tanggap, aliran sugai banyak sampah. Hal ini menjadi masalah serius akan berkembangnya wisata ini. Demi meningkatkan jumlah pengunjung pengelola harus mengetahui tingkat kepuasan pengunjung

satu cara yang digunakan untuk menerjemahkan keinginan konsumen kedalam sebuah produk atau jasa. Metode *quality function deployment (QFD)* tersebut manajemen dapat mengetahui apakah layanan yang diberikan sudah memberi kepuasan kepada pengunjung.

Setelah melihat fenomena yang terjadi wahana *west tamp tubing* Tampir kulon, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN WAHANA WISATA “*WEST TAMP TUBING*” TAMPIR KULON DENGAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)*).

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap wahana wisata *west tamp tubing* desa Tampir kulon Rt: 02 Rw : 01, Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang?
2. Bagaimana meningkatkan kepuasan di wahana wisata *west tamp tubing* desa Tampir kulon Rt: 02 Rw : 01, Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menentukan tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di wahana wisata *west tamp tubing* desa Tampir kulon Rt: 02 Rw : 01, Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang.
2. Meningkatkan kepuasan terhadap fasilitas-fasilitas yang ada di wahana wisata *west tamp tubing* desa Tampir kulon Rt: 02 Rw : 01, Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Meningkatkan jumlah pengunjung di wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon.
2. Mengetahui kebutuhan dan keluhan pelanggan yang menggunakan jasa *west tamp tubing* Tampir kulon.
3. Mendapat rekomendasi yang baik tentang atribut dan pelayanan dari pengunjung.
4. Sebagai tolok ukur kepuasan pengujung *west tamp tubing* Tampir kulon.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Penelitian yang pernah dilakukan Yanne Irenedan Bambang Ruswandi(2013) membahas untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Laboratorium Matematika Pusat laboratorium Terpadu serta merencanakan strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Dari hasil eksplorasi terhimpun sebanyak 30 mahasiswa, kemudian 30 atribut tersebut di ekstrasi dengan menggunakan metode Eksplorasi Faktor Analisis (EFA) dan diperoleh 9 komponen utama. Untuk memenuhi harapan dan keinginan mahasiswa tersebut, maka pihak prodi memberikan lima tanggapan teknis *responsiveness* dan tingkat *tangibles*. Dari lima respon tersebut, yang menjadi prioritas utama adalah tingkat *tangibles* yang mampu memenuhi 44,83% kebutuhan mahasiswa terhadap pelayanan Laboratorium Tugas Matematika dan yang menjadi prioritas terakhir adalah tingkat *Emphaty* dengan nilai prioritas 11,19%. Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan *Quality Function Deployment (QFD)* pada Laboratorium Matematika Pusat Laboratorium Terpadu.

Penelitian yang pernah dilakukan nizae Ann Ashari (2015) yang membahas tentang mengeksplorasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Laboratorium Matematika Pusat laboratorium Terpadu serta merencanakan strategi peningkatan kualitas pelayanan dengan menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Dari hasil eksplorasi terhimpun sebanyak 30 mahasiswa, kemudian 30 atribut tersebut di ekstrasi dengan menggunakan metode Eksplorasi Faktor Analisis (EFA) dan diperoleh 9 komponen utama. Untuk memenuhi harapan dan keinginan mahasiswa tersebut, maka pihak prodi memberikan lima tanggapan teknis *responsiveness* dan tingkat *tangibles*. Dari lima respon tersebut, yang menjadi prioritas utama adalah tingkat *tangibles* yang mampu memenuhi 44,83% kebutuhan mahasiswa terhadap pelayanan Laboratorium Tugas

Matematika dan yang menjadi prioritas terakhir adalah tingkat Emphaty dengan nilai prioritas 11,19%.

Penelitian yang pernah dilakukan Firman Raharja (2017) membahas untuk memenangkan persaingan adalah dengan terus meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian ini membahas penerapan metode Quality Function Deployment, yang bertujuan untuk menjamin bahwa produk yang dihasilkan dapat memenuhi tingkat kualitas yang diinginkan oleh konsumen. Penerapan metode QFD dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk menggunakan matriks House of Quality (HOQ). Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey menggunakan wawancara terstruktur maupun situasional serta kuesioner terhadap 50 responden. Metode yang digunakan yaitu Metode Quality Function Deployment (QFD). Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 6 faktor dari produk roti yang dianggap sangat penting oleh konsumen, yaitu : tekstur, warna tingkat kematangan, Bentuk dan ukuran, daya tahan kualitas roti, informasi komposisi gizi dan waktu kedaluarsa serta reputasi perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan kepentingan teknik, yang yang perlu diprioritaskan dalam perbaikan dan peningkatan oleh perusahaan yaitu: pemilihan bahan baku, pembersihan peralatan, perawatan mesin dan pemilihan selai.

Penelitian yang pernah meneliti Abdurahman (2017) membahas peningkatan kualitas layanan di Pendidikan Perguruan Muhammadiyah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)*, dengan menentukan atribut layanan dengan Model *Servpref*. Secara umum, kuisisioner terdapat tiga informasi yang akan di dinilai yakni Klasifikasi Responden, Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan. Hasil pengolahan data dari penyebaran kuisisioner kemudian menggunakan pengembangan *House of Quality (HOQ)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbaikan kualitas layanan pendidikan di Perguruan Muhammadiyah menggunakan metode QFD sesuai dengan harapan para *stakeholder*. Tahapan pelaksanaan QFD yang telah dilaksanakan di Perguruan Muhammadiyah dengan

menggunakan Model *Serpref* adalah Aspek non-akademik, Aspek Akademik, *Reliability*, dan *Empaty*. Tahapan metode QFD dilaksanakan dengan pembuatan *checklist* dan pembuatan matriks *house of quality*.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian *west tamp tubing*

*West tamp tubing* merupakan suatu petualangan musim panas yang menyenangkan dan menggembirakan dengan melakukan perjalanan menyusur sungai Gono menggunakan ban karet atau ban karet bekas mobil dilengkapi helm, pelampung dan sepatu sebagai *safetynya*. Wisata ini berdiri sejak 7 September 2016 yang beralamat di desa Tampir kulon Rt: 02 Rw: 01 Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang.

### 2.2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:228) “Kepuasan merupakan tingkatperasaan dimana **seseorang** menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produkjasa yang diterima dengan yang diharapkan”.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) dalam Jasfar (2012:21) menyatakan bahwa terdapat empat perangkat untuk mengukur kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*).  
Sebuah perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan biasanya mengedikan formulir/kotak saran/*hot lines* dengan nomor gratis sehingga memudahkan pelangganya untuk memberikan saran dan keluhan. Perusahaan juga mempekerjakan staf khusus untuk segera menangani keluhan pelangganya sehingga masalah dapat terselesaikan dengan cepat.
2. Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*).  
Perusahaan melaksanakan survei secara berkala kepada pelanggan di berbagai tempat untuk mengetahui apakah mereka puas dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan, melalui

pembagian kuesioner atau dengan wawancara secara langsung, melalui telepon, atau melalui *e-mail*. Hal ini dilakukan untuk memperoleh umpan balik secara langsung dari pelanggan. Pelanggan akan lebih respek terhadap perusahaan karena merasa diperhatikan oleh perusahaan tersebut.

3. Menyamar berbelanja (*ghost shopping*). Perusahaan menempatkan karyawannya bertindak sebagai pembeli potensial dengan tujuan untuk mengetahui apakah produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan melaporkan hasil temuan tentang kekuatan dan kelemahan ketika membeli produk atau jasa perusahaan bahkan yang dimiliki oleh pesaingnya.
4. Analisis pelanggan yang hilang (*customer loss rate analysis*). Perusahaan melakukan analisis penyebab dari para pelanggan yang berhenti membeli atau berganti ke perusahaan lainnya. Perusahaan menghubungi secara langsung pelanggannya untuk mengetahui penyebab hal tersebut sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perbaikan di masa kini dan masa yang akan datang, serta tentu saja diharapkan pelanggannya selalu loyal terhadap perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah besarnya perbandingan antara harapan konsumen dengan apa yang dirasakan secara nyata dengan hasil kinerja yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

### **2.2.3 Variabel Kepuasan**

Dalam menentukan dimensi dalam penilaian kualitas jasa, terdapat suatu metode yang menjadi acuan hingga saat ini. Dalam suatu studi mengenai *Service Quality* oleh Parasuraman, dkk (1998) dalam Lupiyoadi (2014) terdapat lima dimensi yaitu sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*) Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan

dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*reliability*) Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*) Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*) Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

variabel	Indikator	Sub indicator
1	2	3
<p>Kualitas pelayanan jasa adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi tingkat keinginan pelanggan. Tjiptono (2006:115)</p>	<p>Tangible/bukti fisik (x1) yaitu fasilitas fisik antara lain peralatan, personil dan media komunikasi yang dapat membantu dalam proses penyampaian jasa baik berupa kerapian, kebersihan, kelengkapan baik peralatan, ruangan maupun lingkungan Lupiyadi (2007:94)</p>	<p>a. Sarana kerja /fasilitas yang dimiliki b. Kelengkapan sarana dan prasarana c. Penampilan fisik gedung d. Penampilan guide</p>
	<p>Reliability/kehandalan (x2) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya secara merata di semua bagian. Meliputi pelayanan pelanggan yang tidak berbelit-belit, serta jadwal pelayanan pelayanan dijalankan dengan tepat. Lupiyadi (2007:94)</p>	<p>a. Mampu memberikan pelayanan dengan segera b. Mampu memuaskan konsumen atas keluhan yang disampaikan c. Mampu memberikan solusi dengan segera atas kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi d. Pelayanan konsumen baik dari awal sampai berakhir pelayanan jasa e. Ketepatan waktu</p>

		pelayanan
	<p>Responsiveness/Da ya tanggap (X3) kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. Jika di laksanakan di perusahaan dapat berupa menyelesaikan keluhan pelanggan, tindakan cepat pada pelanggan membutuhkan dan informasi yang jelas yang diberikan oleh petugas. Lupiyaddi (2007:94)</p>	<p>a. Keinginan karyawan untuk membantu konsumen b. Tanggap terhadap keluhan konsumen c. Karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan d. Tindakan cepat pada saat konsumen membutuhkan</p>
	<p>Assurance/Jaminan (X4) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pada konsumen. Keterampilan karyawan dalam bekerja sehingga</p>	<p>a. Kemampuan karyawan memberikan informasi b. Pengetahuan dan kemampuan <i>guide</i> dalam menanggapi konsumen c. Sikap ramah dan Kesopanan d. Keterampilan para <i>guide</i> dalam meman- du sehingga me-</p>

	<p>menimbulkan rasa aman dan kepercayaan konsumen, serta pelayanan yang ramah. Lupiyadi (2007:94)</p>	<p>nimbulkan rasa aman</p>
	<p>Emphaty/Empati (X5) syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada konsumennya. Empati bukan sekedar kesopanan dan keramahan saja dalam melayani konsumen, Empati lebih merupakan komitmen terhadap konsumen, kemauan untuk memahami kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan seksama dan berusaha untuk memenuhinya. Jika di terapkan dalam perusahaan dapat berupa perhatian tanpa memandang status social. Lupiyadi (2007:94)</p>	<p>a. Mengenai tarif b. Penjelasan mengenai sarana dan prasarana c. Perhatian terhadap konsumen d. Memahami kebutuhan-kebutuhan konsumen secara seksama</p>

#### 2.2.4 Identifikasi Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2001). Identifikasi populasi merupakan langkah awal dalam

penelitian yang bertujuan untuk mengetahui siapa yang menjadi responden. Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah pengunjung di wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengguna jasa tubing yaitu 390 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batasan penelitian) yang diinginkan (10% kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi)

### 2.2.5 *Quality Function Deployment*

*Quality Function Deployment (QFD)* adalah metode perencanaan dan pengembangan produk/jasa secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembang mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan tersebut dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut. (Wahyu, 2003).

Cohen menyatakan QFD (pengembangan fungsikualitas) adalah suatu metode untuk perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur yang memungkinkan team pengembangan untuk menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas, dan kemudian mengevaluasi produk atau melayani dengan kemampuan yang secara sistematis dalam pemenuhan keinginan pelanggan tersebut. Metode *Quality Function Deployment (QFD)* pertama kali dipakai oleh perusahaan Mitsubishi Kobe Shipyard di Jepang. Teknik ini muncul dari teknik manajemen mutu terpadu. Istilah QFD muncul dari gagasan bahwa mutu berarti menghasilkan kepuasan pelanggan serta tugas pengembangan mutu merupakan membuat

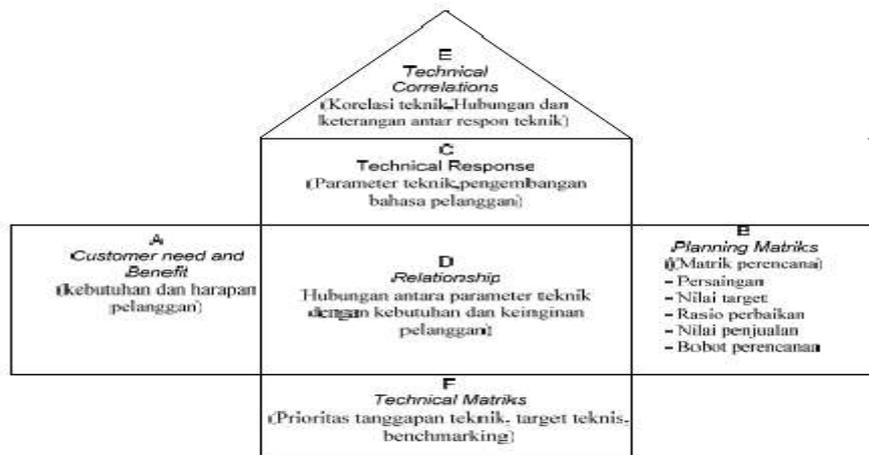
(menyebarkan) fungsi produk untuk menghasilkan mutu. Quality Function Deployment diartikan sebagai proses perencanaan sistematis yang dikembangkan untuk membantu tim proyek dalam membuat seluruh elemen-elemen yang dibutuhkan untuk mengartikan, mendesain dan menghasilkan sebuah jasa yang dapat mencukupi kebutuhan pelanggan (Cohen, 1995).

Tujuan yang paling utama dari QFD yaitu kepuasan pelanggan total dan informasi yang benar-benar dibutuhkan yaitu atribut mana yang menurut pelanggan paling bisa memuaskan. Pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan tidak selalu mudah seperti yang dibayangkan. Pelanggan tidak selalu mengatakan yang mereka inginkan. Banyak produk kurang laku di pasar, dikarenakan dalam memahami hal sebenarnya bernilai bagi pelanggan mereka. Hal ini perlu adanya pemahaman karakteristik dari suara pelanggan melalui pemanfaatan informasi secara akurat. Keberhasilan penerapan QFD mengandalkan pada akurasi masukan yang utama, yaitu *voice of the customer* (VOC) (Cohen, 1995). Pengembangan fungsi kualitas (QFD) adalah suatu tindakan untuk menggambarkan proses terhadap respon kebutuhan serta harapan dari pelanggan. Pengembangan Fungsi Kualitas (QFD) mengartikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini memungkinkan organisasi atau perusahaan untuk mengutamakan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan yang inovatif atas kebutuhan tersebut, serta dapat meningkatkan proses sehingga tercapai efektivitas yang maksimal. Pengembangan fungsi kualitas (QFD) merupakan suatu tindakan yang dapat memberikan peningkatan proses dari suatu organisasi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pengembang Fungsi Kualitas (QFD) dapat diimplementasikan dalam pelaksanaan filosofi TQM, perencanaan produk strategik (*Strategic Product Planning*), perencanaan organisasi.

### 2.2.6 House Of Quality

Metode QFD adalah prosedur yang sistematis untuk melukiskan keinginan pelanggan dan menginterpretasikannya dalam hal kekhususan produk dan karakteristik proses. Dalam QFD, suatu matriks yang saling berhubungan dikembangkan untuk menetapkan hubungan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk atau jasa .

Definisi *House of Quality (HOQ)* menurut Heizer dan Render (2006) adalah teknik untuk mendefinisikan hubungan antara keinginan konsumen ke dalam atribut-atribut barang dan jasa. Dengan mendefinisikan hubungan tersebut dengan tepat, maka seorang manajer dapat menjawab apa yang diinginkan pelanggan. Analogi yang paling sering digunakan untuk menggambarkan struktur QFD adalah suatu matriks yang berbentuk rumah. Istilah yang sering digunakan adalah *House of Quality*



**Gambar 2.1 House of Quality**

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa *House of Quality* terdiri dari 6 bagian atau komponen, yaitu :

1. Komponen A

Berupa masukan dari pelanggan yang merupakan kebutuhan dan harapan pelanggan.

2. Komponen B

Berisi berbagai macam informasi. Pertama data pasar dari komponen A

Kedua, evaluasi terhadap kinerja produk/jasa yang dihasilkan.

Ketiga, menetapkan tujuan strategis untuk produk/jasa yang ditetapkan nilai target.

Keempat, mengetahui besarnya nilai target dan kinerja atribut produk/jasa yang dapat diukur rasio perbaikannya. Rasio perbaikan ini diukur dengan rumus :

$$Rasio\ Perbaikan = \frac{Nilai\ Target}{Kinerja\ Jasa} \dots\dots\dots(2)$$

Sebelum menghitung bobot dari setiap atribut perlu dipahami apa yang disebut *sales point*. *Sales point* adalah persepsi atau pendapat tentang suatu produk/jasa dari pihak manajemen dan nilai atau bobot yang dipakai dapat dilihat pada tabel 2.1 :

**Tabel 2.1 Sales Point**

Nilai	Keterangan
1	Tidak terdapat penjualan
1.2	Titik penjualan tengah/sedang
1.5	Titik penjualan tertinggi

Kelima perlu menetapkan bobot (weight) dari setiap atribut jasa. Bobot ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Bobot = Derajat\ Kepentingan \times Rasio\ Perbaikan \times Sales\ Point \dots\dots\dots(3)$$

Dan yang terakhir adalah melakukan normalisasi terhadap bobot. Normalisasi bobot dapat dihitung dengan rumus:

$$Normalisasi\ Bobot = \frac{Bobot}{Total\ Bobot} \dots\dots\dots(4)$$

3. Komponen C

Merupakan matriks perencanaan. Matriks ini merupakan komponen yang digunakan untuk menerjemahkan persyaratan pelanggan ke dalam rencana-rencana untuk memenuhi atau melampaui persyaratan tersebut.. Komponen ini meliputi langkah-langkah seperti menggambarkan persyaratan pelanggan pada suatu matriks dan proses pemanufakturan pada matriks lainnya, memprioritaskan persyaratan pelanggan, dan mengambil keputusan mengenai perbaikan yang dibutuhkan dalam proses pemanufakturan.

#### 4. Komponen D

Bagian ini menunjukkan hubungan antara parameter teknik dengan keinginan konsumen yang dimodelkan dalam *QFD*. Di sini ada matrik digunakan untuk mempelajari hubungan yang bersifat kuat, moderat, lemah dan tidak ada hubungan, seperti dapat dilihat pada table 2.2:

**Table 2.2 Simbol dan Nilai Matrik Interaksi**

Hubungan	Simbol	Nilai
Tidak ada hubungan		0
Lemah	△	1
Moderat	○	3
Kuat	⊙	9

Untuk memperoleh informasi yang bersifat kuantitatif, maka nilai representasi hubungan di atas perlu dikalikan dengan normalisasi bobot..

#### 5. Komponen E

Merupakan bagian *technical correlations / atap dari House of Quality*. Bagian ini memetakan hubungan dan saling ketergantungan diantara parameter teknik. Interaksi antara parameter teknik dapat dilihat pada table 2.3:

**Tabel 2.3 Simbol Interaksi Parameter**

Simbol	Pengaruh Hubungan
--------	-------------------

√√	Positif kuat
√	Positif moderat
	Tidak ada hubungan

6. Komponen F

Bagian ini berisi berbagai macam informasi pertama menghitung besarnya pengaruh technical response serta keinginan konsumen.

Kedua perbandingan antara produk/jasa yang dihasilkan dari pesaing. Informasi dapat digunakan untuk melakukan benchmarking dari pesaing.

Ketiga perbandingan di atas dapat ditetapkan sasaran kinerja (nilai target).

**2.2.7 Tahapan-tahapan Implementasi Quality Function Deployment**

Tahapan-tahapan pengimplementasian *Quality Function Deployment* (QFD) kedalam matrik *House of Quality (HOQ)* meliputi :

1. Menentukan matrik *House of Quality (HOQ) level I*
2. Menentukan matrik *House of Quality (HOQ) level II*

Penjelasan dari kedua fase dalam pengimplementasian QFD adalah:

1) Matrik *House of Quality (HOQ) level I* adalah:

a. Menentukan derajat kepentingan tiap atribut:

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n DK_i}{n} \dots\dots\dots(5)$$

Dimana: DK<sub>i</sub> = Derajat Kepentingan responden ke-i  
 n = jumlah responden

b. Kinerja atribut jasa

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n} \dots\dots\dots(6)$$

Dimana: K<sub>i</sub> = Kepuasan responden ke-i  
 n = jumlah responden

c. Menentukan Nilai Target dari Setiap Atribut Jasa.

- d. Menentukan rasio perbaikan  
Untuk menentukan rasio perbaikan digunakan rumus 2.
- e. Menentukan Sales Point
- f. Menentukan Bobot dari Setiap Atribut Jasa.  
Untuk menentukan bobot atribut dari setiap atribut digunakan rumus 3.
- g. Menentukan normalisasi bobot.  
Dihitung dengan rumus 4.
- h. Identifikasi parameter teknik (technical requirements)
- i. Menentukan interaksi antara keinginan konsumen dengan parameter teknik.

- 1) Nilai matrik interaksi keinginan konsumen dengan parameter teknik

$$K_{Ti} = \sum B_{Ti} \times H_i \dots\dots\dots(7)$$

Dimana:

$K_{Ti}$  = Nilai absolut parameter teknik setiap atribut

$B_{Ti}$  = Kepentingan relatif (bobot) keinginan konsumen yang memiliki hubungan dengan atribut jasa.

$H_i$  = Nilai hubungan keinginan konsumen yang memiliki hubungan dengan atribut jasa.

- 2) Prioritas Parameter Teknik berdasar kepentingan relative

$$Kepentingan\ relatif = \frac{Parameter\ Teknik\ Absolut}{\sum Parameter\ Teknik\ Absolut} \times 100\% \dots\dots\dots(8)$$

- 2) Matrik *House of Quality (HOQ) level II* meliputi:
  - a. Normalisasi bobot yang berasal dari nilai prosentase pada parameter teknik dihitung dengan menggunakan rumus 4.
  - b. Menentukan kebutuhan proses (process requirements)

c. Menentukan interaksi antara *technical requirements* dengan *process requirements*:

1. Nilai matrik interaksi parameter teknik dengan kebutuhan proses

$$K_{pi} = \sum B_{pi} \times H_i \dots\dots\dots(9)$$

Dimana:

K<sub>pi</sub> = Nilai absolut kebutuhan proses setiap atribut

B<sub>pi</sub> = Kepentingan relatif (bobot) parameter teknik yang memiliki hubungan dengan kebutuhan proses

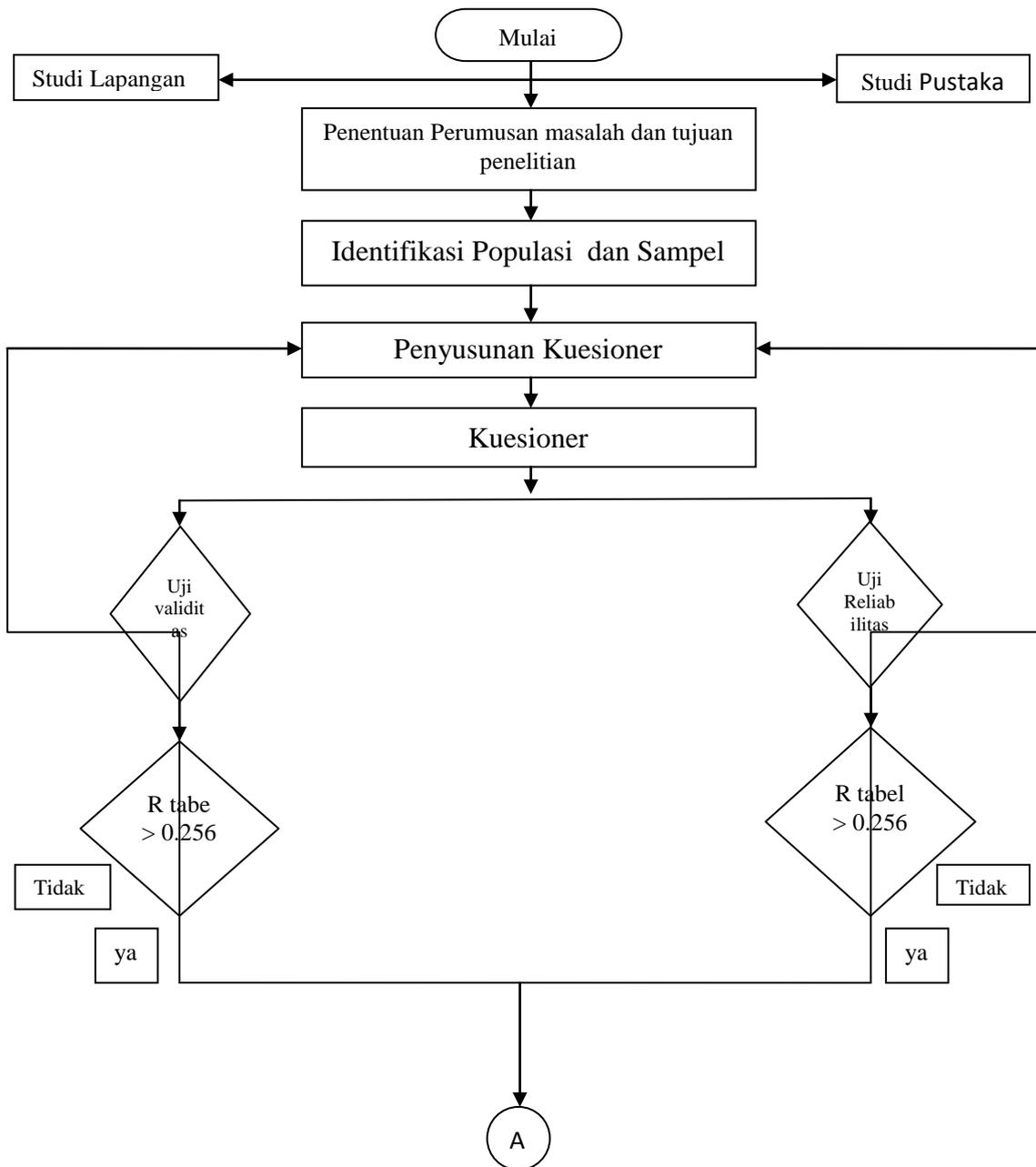
H<sub>i</sub> = Nilai hubungan parameter teknik yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan proses

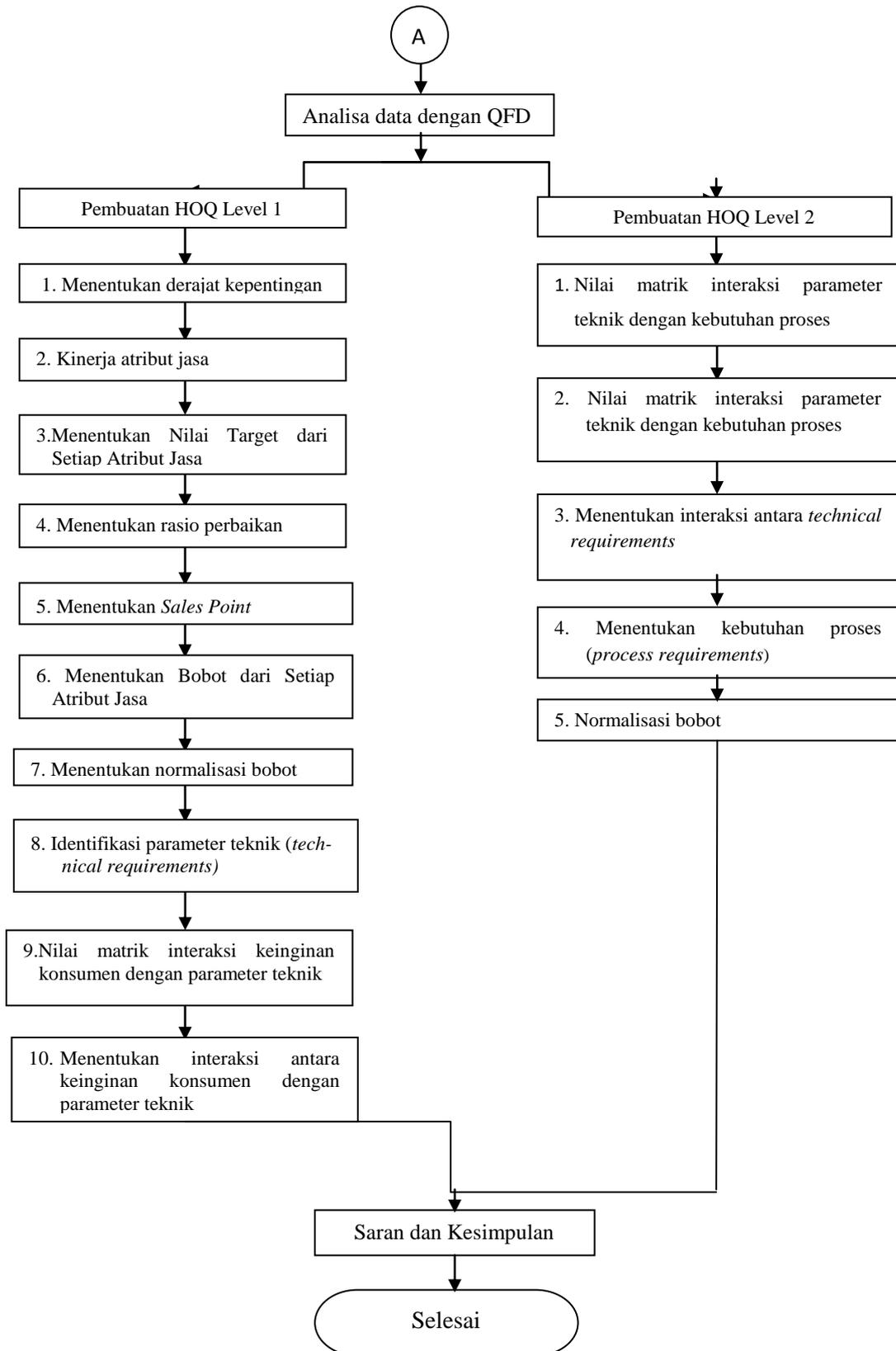
2. Kebutuhan proses berdasar kepentingan relative  
Perhitungan seperti pada rumus 8.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini, membahas secara sistematis tentang tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan. Tahapan-tahapan penelitian ditunjukkan pada gambar 3.1 berikut :





**Gambar 3.1 Flow charts Penelitian**

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2018. Tempat pelaksanaan penelitian adalah wahana wisata *West Tamp Tubing* Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang.

### 3.2 Metode Penelitian

#### 3.2.1 Penentuan Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini adalah mengenai kepuasan pelayanan yang ada di wahana wisata west tamp tubing Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen serta tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut jasa.

#### 3.2.2 Identifikasi Populasi dan Sampel

Populasi bulan juni 2018 390 orang dan sampel bias dihitung dengan rumus 1.

$$n = \frac{390}{80(0.1)^2} = 79.591$$

Maka berdasarkan perhitungan di atas sampel perhitungan yang diambil adalah 80 responden.

**Tabel 3.1 Daftar Pengunjung Juni 2018**

No	Operator	Pengunjung	Saran	Kritik
1	West Tamp Tubing	390 Orang	21 Orang	24 Orang

Adapun uraian pengunjung yang memberikan saran dan komplain seperti tabel 3.2 dan table 3.3 dibawah :

**Tabel 3.2 Daftar Saran**

No	Saran	Total
1	Keamanan loket lebih diperhatikan	4
2	Jumlah toilet ditambah	3
3	Keamanan tempat parkir leebih dijaga	5
4	Spot foto ditambah	3
5	Tempat sampah diperbanyak	3
6	Menyediakan paket makan	3

**Table 3.3 Daftar Komplain**

No	Kritik	Total
1	Transportasi penjemputan lama	3
2	Guide kurang ramah dan tanggap	8
3	Pelayanan informasi dan loket kurang nyaman	2
4	Ban dan Tali helm pada rusak	2
5	Aliran sungai Kotor	6
6	Tempat parkir kurang rapi	3

Salah satu operator yang menjadi *competitor tubing* ini adalah Tuk Gong dan Little Ubub River Tubing Dengan jumlah pengunjung, jumlah saran dan Jumlah complain lihat table 3.4

**Tabel 3.4 Kompetitor Tubing**

No	Operator	pengunjung	Saran	Komplain
1	Tuk Gong Adventured	510 Orang	22 Orang	25 Orang
2	Little Ubub River Tubing	447 Orang	23 Orang	26 Orang

1. Operator TUK Gong Adventured Juni 2018 adalah 510 Orang dengan saran 22 Orang dan complain 25 orang.

Daftar pengunjung TUK Gong Adventured yang memberi saran.

**Tabel 3.5 Daftar Saran Tuk Gong Adventured**

No	Saran	Total
1	Tempat rest diperbanyak	7 Orang
2	Keamanan parkir diperhatikan	9 Orang
3	Setiap pengunjung diberi cinderamata	4 Orang
4	Spot foto ditambah	2 Orang

Berikut daftar pengunjung Tuk Gong Adventure yang memberi complain.

**Tabel 3.6 Daftar Komplain Tuk Gong Adventured**

No	Komplain	Total
1	Aliran sungai bersih tetapi kurang deras	4 Orang

2	Sungai banyak bebatuan terjal	5 Orang
3	Waktu tubing sebentar	7 Orang
4	Guide tidak mengetahui medan	5 Orang
5	Tidak ada spot foto	4 Orang

2. Operator Little Ubub River Tubing Juni 2018 adalah 447 Orang dengan saran 23 Orang dan complain 26 orang.

Berikut adalah daftar pengunjung Little Ubub River Tubing yang memberi saran.

**Tabel 3.7 Daftar Saran *Little Ubub River Tubing***

No	Saran	Total
1	Tempat bilas disediakan di area pos tubing	8 Orang
2	Di bangun tempat sholat	9 Orang
3	Tiket disesuaikan umur	8 Orang

Berikut adalah daftar pengunjung Little Ubub River Tubing yang memberi complain.

**Tabel 3.8 Daftar complain *Little Ubub River Tubing***

No	Komplain	Total
1	Harga tiket mahal	8 Orang
2	Pelayanan tidak ramah	6 Orang
3	tidak menerima tubing jumlah kecil	3 Orang
4	waktu tubing kurang lama	3 Orang
5	Aliran sungai kurang menantang	2 Orang
6	Spot fotto kurang	1 Orang
7	Penjemputan tidak nyaman	3 Orang

### 3.2.3 Penyusunan Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa (Sugiarto, 2001).

Kuesioner ini diberikan kepada pengguna wahana wisata west tamp tubing Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang untuk mengetahui atribut-atribut apa yang diinginkan konsumen, sehingga suara konsumen dapat dijadikan data

untuk penelitian. Dalam penyebaran kuesioner ini ada dua tahap yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pertama penyebaran kuesioner pendahuluan yang merupakan tipe kuesioner terbuka sehingga konsumen ikut diberikan kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan.
- b. Tahap kedua yang merupakan penyebaran kuesioner tertutup. Kuesioner ini disebarakan kepada 80 responden yang merupakan sampel sesungguhnya dari obyek penelitian. Kuesioner ini disusun dengan skala Likert dan yang digunakan adalah 1 sampai 5. Kuesioner ini digunakan untuk mencari derajat kepentingan dan kinerja yang diinginkan oleh konsumen.

#### **3.2.4 Penyebaran Kuesioner**

Penyebaran Kuesioner Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan yang merupakan variabel keinginan konsumen. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada pengunjung wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang. Kuesioner pendahuluan jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 30 responden, yang merupakan tipe kuesioner terbuka sehingga responden ikut diberi kesempatan untuk menentukan jenis atribut jasa yang diinginkan. Kuesioner kedua jumlah kuesioner yang disebarakan sebanyak 80 responden, Kuesioner ini untuk mencari derajat kepentingan dan kinerja pelayanan wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang

#### **3.2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas**

- a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika

pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Digunakan perangkat lunak *Software SPSS 17 for windows* dalam menguji validitas pada penelitian ini. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table, dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan  $r$  table, jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, Imam, 2001).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,2565 (Ghozali, Imam, 2001)

### 3.2.6 Pengolahan Data Quality Function Deployment

Perhitungan QFD yang digunakan adalah analisis QFD berantai, artinya analisis matrik *House Of Quality* (HOQ) menggunakan lebih dari satu matrik HOQ. Analisis QFD membolehkan lebih dari satu matrik HOQ dengan tujuan agar *output* dari QFD lebih teknis dan spesifik. Pada penelitian ini menggunakan tiga matrik HOQ untuk menghasilkan hasil analisis yang optimal.

### 3.2.7 Matrik HOQ Customer Requirements to Technical Requirement

1. Matrik HOQ *level I*:

- a. Menentukan Derajat Kepentingan Tiap Atribut:

Untuk menentukan derajat kepentingan tiap atribut ini dihitung dengan rumus 5.

b. Kinerja Atribut Jasa

Untuk menghitung kinerja atribut jasa dihitung dengan rumus 6

c. Menentukan Nilai Target dari Setiap Atribut Jasa.

Untuk penilaian nilai target di tentukan oleh pimpinan wahana wisata secara subyektif pengamatan.

d. Meentukan Rasio Perbaikan

Untuk menghitung Rasio Perbaikan ini digunakan rumus 2.

e. Menentukan *Sales Point*

Untuk menentukan Sales Point pimpinan menentukan hal ini secara pengamatan subyektif yang nyata di wahana.

f. Menentukan Bobot dari Setiap Atribut Jasa

Untuk menentukan bobot dari atribut setiap jasa bisa dihitung dengan rumus 3.

g. Menentukan Normalisasi Bobot.

Penentuan Normalisasi Bobot ini digunakan rumus 4.

h. Identifikasi Parameter Teknik (*Technical Requirements*)

i. Menentukan Interaksi Antara Keinginan Konsumen dengan Parameter Teknik.

1. Nilai matrik interaksi keinginan konsumen dengan parameter teknik

Nilai ini dihitung dengan rumus 7.

2. Prioritas Parameter Teknik berdasar kepentingan relative  
Prioritas ini dihitung dengan rumus 8.

2. Matrik HOQ *level II*:

a. Normalisasi bobot yang berasal dari nilai prosentase pada parameter teknik

Normalisasi ini dihitung menggunakan rumus 4.

b. Menentukan kebutuhan proses (*process requirements*)

c. Menentukan interaksi antara *technical requirements* dengan *process requirements*:

1. Nilai matrik interaksi parameter teknik dengan kebutuhan proses.

Nilai ini dihitung dengan menggunakan rumus 9.

2. Prioritas Kebutuhan proses berdasar kepentingan relative

Prioritas ini dapat dihitung dengan rumus 8.

### **3.2.8 Kesimpulan dan Saran**

Tahapan akhir dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah tahap penarikan kesimpulan dan usulan perbaikan. Pada tahap ini diambil kesimpulan atas hasil dari analisis dan pembahasan di tahap sebelumnya dan memberi usulan perbaikan untuk wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon Kecamatan Candi Mulyo Kabupaten Magelang. Kekurangan dalam penelitian ini dituliskan dalam bentuk saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik lagi. Tahapan penelitian.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pengolahan data dan analisis hasil pengolahan data pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran untuk perbaikan.

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari penelitian yang telah didapat dari 15 atribut jasa yang diinginkan konsumen. Atribut jasa yang dianggap penting konsumen yang menjadi tolok ukur tingkat kepuasan di wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon dalam peringkat 5 besar dari 15 atribut adalah sebagai berikut:
  1. Kecepatan memberikan P3K bagi pengunjung cedera (4,725)
  2. Keamanan dan kenyamanan kendaraan di tempat parkir (4,5875)
  3. kesedian *guide* / petugas melayani kebutuhan dan keluhan pengunjung di tempat (4,5375)
  4. Keramahan *guide* / petugas dalam melayani pengunjung (4,4375)
  5. Tersedia pos pelayanan pengaduan (4,425)
- b. Prioritas pengembangan wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon agar sesuai dengan keinginan konsumen adalah dengan mengikuti urutan prosedur kualitas QFD 2 tahap. Urutan prioritas 5 dari 9 prosedur tingkat kepuasan adalah sebagai berikut:
  1. Menerima keluhan pengunjung di pos yang tersedia. ( 20.6)
  2. Menerima keluhan kritik dan saran. (17.6)
  3. Membantu masalah/keluhan pengunjung. (16)
  4. Memberi pelayanan sopan dan santun. (11.8)
  5. Memberi pelatihan kepada *guide*. (10.8)

#### **5.2 Saran**

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Sebaiknya pihak manajemen wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon melakukan pengembangan dengan memperhatikan urutan prioritas berdasarkan prosedur kualitas hasil dari pengolahan dan analisis QFD agar sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Pengembangan pelayanan wahana wisata *west tamp tubing* Tampir kulon perlu dilakukan mengingat penilaian kinerja pelayanan ternyata masih jauh dengan target yang telah ditentukan pihak manajemen.
- c. Hubungan antar prosedur tingkat kepuasan konsumen harus menjadi salah satu faktor pertimbangan, selain urutan prioritas prosedur kepuasan itu sendiri.