

BAB III

METODE PENELITIAN

Salah satu bagian penting yang mendukung keberhasilan adalah kejelasan metode yang menjadi pedoman kerangka acuan dalam tata urutan pelaksana penelitian. Dalam menyelesaikan permasalahan ini dibutuhkan pendekatan metode *Quality Function Deployment*(QFD). Untuk melakukan penelitian ini terdapat langkah-langkah yang mengimplementasikan *Quality Function Deployment* (QFD) terdiri dari tiga tahap yaitu pengumpulan data suara konsumen, pembuatan *House Of Quality* (HOQ), serta analisa hasil.

3.1 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di UD. MEKAR JAYA Gresik Jl. Kapten Dulasim pada bulan Desember 2012 – September 2013.

3.2. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini tujuannya adalah memudahkan penulis untuk menentukan langkah-langkah yang dilakukan pada waktu penelitian. Kerangka penelitian bisa dilihat pada gambar 3.1.

3.2.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan studi yang dilakukan untuk mempertajam arah studi utama. Studi pendahuluan dilakukan karena kelayakan penelitian berkenaan dengan prosedur penelitian dan hal lainnya masih belum jelas. Studi pendahuluan bisa saja mengubah arah penelitian yang telah disusun di dalam proposal. Studi pendahuluan bisa saja mengubah arah penelitian yang telah disusun di dalam proposal. Dengan demikian, studi pendahuluan bisa saja menghasilkan perubahan prosedur penelitian, meningkatkan pengukuran, meningkatkan kepercayaan asumsi, dan

desain yang lebih mantap dari studi utama. Studi pendahuluan tak jarang merupakan miniatur dari studi utama. Tak jarang studi pendahuluan pun menguji sejumlah instrumen yang akan digunakan dalam studi utama.

3.2.2 Rumusan Masalah

Pada tahap ini peneliti merumuskan masalah yang harus diselesaikan dengan cara diskusi sehingga mendapatkan solusi yang sesuai dengan harapan untuk mengetahui secara langsung keinginan konsumen .

3.2.3 Tujuan Penelitian

Pada tahap ini tujuan penelitian agar dapat diketahui arah dan sasaran yang akan dituju oleh peneliti. Adapun tujuan dari peneliti ini adalah :

- Melakukan analisa terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil service.
- Mengidentifikasi atribut service yang diprioritaskan untuk dikembangkn dan dipentingkan oleh konsumen.

3.2.4 Studi Lapangan

Dalam studi lapangan ini penelitian dilakukan dalam situasi alamiah akan tetapi didahului oleh semacam intervensi (campur tangan) dari pihak peneliti. Intervensi ini dimaksudkan agar fenomena yang dikehendaki oleh peneliti dapat segera tampak dan diamati. Dengan demikian terjadi semacam kendali atau kontrol terhadap situasi dilapangan.

3.2.5 Study Pustaka

Pada tahap ini kualitas layanan service yang dipakai sebagai studi pustaka adalah peningkatan kualiatas layanan service dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*

3.2.6 Pengumpulan Data

a. Pengumpulan Data Kualitatif

Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan untuk mendapatkan penilaian konsumen untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada bengkel motor.

b. Pengumpulan Data Kuantitatif

Pengumpulan data kuantitatif ini dilakukan dengan cara melakukansurvey dengan menggunakan kuisisioner yang disebarakan pada konsumen.

Adapun tahap-tahap dalam pengumpulan dan pengolahan data kuantitatif adalah :

1. Penentuan Sample populasi dan sampel penelitian
2. Penentuan data yang dikumpulkan
3. Penyusunan kuisisioner awal, formal dan pengujian kuisisioner
 - Penyusunan kuisisioner awal
 - Kuisisioner formal
 - Pengujian data

3.2.7. Tahap Membangun Rumah Kualitas (*HOQ*)

3.2.7.1. Voie Of Customer

Tahap ini untuk mendapatkan data tentang *customerneeds*.

Data tingkat kepentingan atribut kualitas bengkel motor ini diperoleh dari hasil wawancara terhadap konsumen dan hasil kuisisioner tentang atribut kualitas bengkel motor.

3.2.7.2. Matriks Perencanaan

Pada tahap ini data yang sudah diuji pada tahap sebelumnya sesuai dengan kebutuhan pada tahap matriks perencanaan.

Adapun data-data yang dibutuhkan dalam matrik adalah :

- a. Tingkat kepentingan bagi konsumen. Dimana semua responden tersebut dicari rata-ratanya untuk masing-masing *customer needs*.
- b. Tingkat performansi kepuasan konsumen terhadap kinerja hasil layanan service.
- c. Tingkat performansi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa pesaing.
- d. Goal atau tujuan nilai target ini ditentukan oleh bengkel UD. MEKAR JAYA untuk mewujudkan tingkat kepuasan yang diinginkan oleh konsumen.
- e. Ratio Perbaikan adalah suatu nilai yang menggambarkan kekurangan dari suatu atribut berdasarkan tingkat kepuasan dan goal.
- f. Titik jual adalah kontribusi suatu kebutuhan konsumen terhadap daya jual produk. Untuk penilaian terhadap titik jual terdiri dari :
 - 1 = Tidak ada titik jual
 - 1.2 = Titik jual menengah
 - 1.5 = Titik jual kuat

3.2.8. Respon Teknis

Respon teknis digunakan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang meliputi sarana dan prasarana yang ada pada bengkel UD.MEKAR JAYA yang berhubungan dengan pengembangan

kualitas layanan suatu atribut guna memenuhi kebutuhan konsumen.

3.2.9. Matriks Hubungan

Menggambarkan suatu tingkat kepentingan hubungan antara *voice of customer* dengan respon teknis. Gambaran ini menggunakan beberapa symbol yang dapat dilihat pada table 3.1.

Tabel 3.1. Simbol Matriks Hubungan

Simbol	Nilai	Pengertian
<Kosong>	0	Tidak ada hubungan
△	1	Mungkin ada hubungan
○	3	Hubungannya sedang
●	9	Sangat kuat hubungannya

1.2.10 Korelasi Teknis

Pada tahap ini menentukan *interrelationship* dan *interdependecises* antara respon teknis, tahap ini digunakan untuk menganalisa suatu respon yang akan diperbaiki, adapun simbolnya terdapat pada tabel 3.2. dibawa ini.

Tabel 3.2. Simbole Korelasi Teknis

Simbol	Pengertian
●	Pengaruh positif sangat kuat
○	Pengaruh positif cukup kuat
<Kosong>	Tidak ada pengaruh
▲	Pengaruh negatif cukup kuat
▲▲	Pengaruh negative sangat kuat

3.2.11. Benchmarking

Pada tahap ini digunakan *functionality benchmarking*. Dimana yang dibandingkan adalah fungsi-fungsi respon teknis. Tahap ini secara umum sama dengan planning matriks untuk *competitive customer satisfaction*.

3.2.12. SWOT

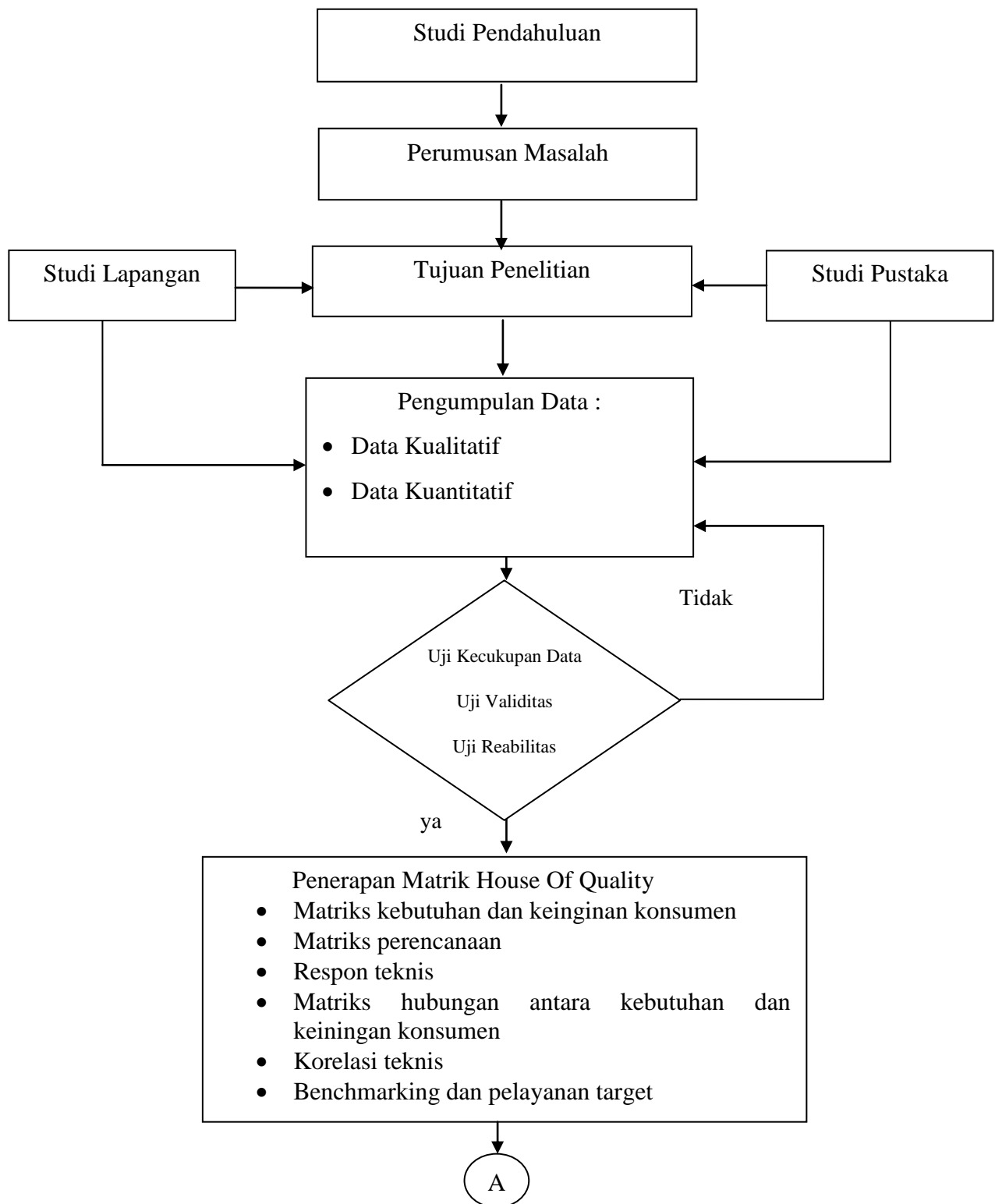
SWOT merupakan alat pencocokan yang digunakan dalam mengidentifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matrik ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, Kombinasi factor-faktor internal dan eksternal dalam matriks SWOT yaitu kekuatan-peluang (S-O), kelemahan-peluang (W-O), kelemahan-ancaman (W-T),kekuatan-ancaman (S-T).

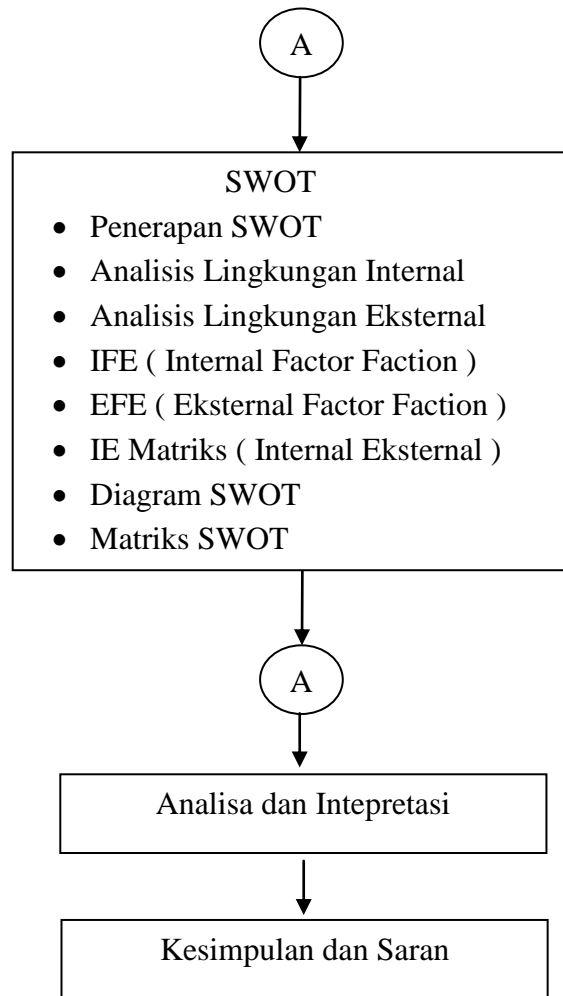
3.2.13 Analisa dan Intrepretasi

Langkah akhir ini adalah analisa dan intepretasi dari rumah kualitas analisa SWOT yang akhirnya akan menghasilkan suatu usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas layanan bengkel motor UD.MEKAR JAYA Gresik.

3.2.14 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini diambil kesimpulan mengenai beberapa hal penting yang merupakan hasil dari penelitian, yang dapat menjawab tujuan penelitian yang ingin dicapai. Selain itu, pada tahap ini penulis dapat merekomendasikan saran-saran perbaikan yang di tujukan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.





Gambar 3.1. : Kerangka Penelitian

3.3 Pengumpulan data

3.3.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data Kualitatif

Pengumpulan data kualitatif ini dilakukan untuk memahami proses pengembangan dan peningkatan kualitas yang berlangsung di bengkel sepeda motor UD. MEKAR JAYA Gresik. Dengan cara dilakukan memperoleh data primer atau sekunder dari wawancara.

3.3.2 Pengumpulan dan Pengelolaan data Kuantitatif

Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan survei (kuisisioner) dan wawancara bengkel motor UD.MEKAR JAYA.

3.4 Pengujian Data

Pengujian data ini dilakukan agar hasilnya agar hasilnya sesuai dengan apa yang kita harapkan. Dengan mengecek apakah data yang kita butuhkan dari penelitian ini sudah terisi semua atau belum. Sehingga hasilnya layak di klarifikasikan.

3.5 Diagram Afinitas

Diagram afnatis ini digunakan untuk memudahkan menganalisa lebih lanjut, dan atribut-atribut dari konsumen dikelompokkan menjadi satu dan dilakukan diskusi bersama pihak bengkel.