

# Pengaruh Food Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. Studi Kausal Dan Analisis Qfd Untuk Perbaikan Desain Produk Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta (studi Pa

---

**Submission date:** 14-Jan-2019 09:48AM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 1063782714  
**File name:** F1216009.pdf (244.12K)  
**Word count:** 8714  
**Character count:** 56059

**DRAFT ARTIKEL ILMIAH**  
**Pengaruh Food Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. Studi Kausal Dan Analisis Qfd Untuk Perbaikan Desain Produk Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta (studi Pada Pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta)**

The Effect Of Food Quality On Customer Satisfaction And Behavioral Intentions. Causal Study And Qfd Analysis For Product Design Improvement On Waroeng Spesial Sambal Jurug Surakarta (study On Waroeng Spesial Sambal Customers, Jurug Surakarta)

Amalia Patimah Nurjanah dan Heru Purnomo

E-mail : amaliapatimah@gmail.com

**Abstract**

This research aims to examine the relationship between perceptions of food quality, customer satisfaction and behavioral intentions. This research conducted on purchases at Waroeng Spesial Sambal, Jurug Surakarta. In addition, this research aims to identify Consumers perceived food quality in building customer satisfaction and behavioral intentions that can be the basis for the design of products by using Quality Function Deployment (QFD) analysis. Data collected in this research was using a survey method. Population of the research is Waroeng Spesial Sambal customers with samples taken a total of 110 respondents. Samples were recruited using purposive sampling method. This research used SEM SmartPLS to test the relationship among variables. This research shows that food quality has a significant positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significantly positive effect on behavioral intentions, and food quality has a significantly positive effect on behavioral intentions. In addition, the result revealed that the relationship between food quality and customer behavioral intentions is mediated by satisfaction.

**Keyword:** Food Quality, Customer Satisfaction, Behavioral Intentions, Quality Function Deployment (QFD)

## PENDAHULUAN

Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan yaitu dilihat dari mutu, baik perusahaan manufaktur atau jasa. Mutu mengacu pada kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. Produk yang tidak memenuhi standar akan sulit bersaing dengan perusahaan sejenis, oleh karena itu perusahaan harus mampu melaksanakan pengendalian mutu dengan baik. Kegiatan pengendalian mutu telah berkembang menjadi suatu manajemen mutu, yang melibatkan semua kegiatan operasi perusahaan (Herjanto 2007). Perbedaan manajemen mutu pada perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa, yaitu perusahaan jasa lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen terlibat langsung dalam proses tersebut. Beberapa contoh perusahaan jasa seperti restoran, perhotelan, perbankan, rumah sakit, lembaga pendidikan.

Banyak studi kualitas di bidang restoran yang menfokuskan pada service quality dan atmosfer, namun sering mengabaikan signifikansi dari faktor makanan itu sendiri, seperti Stevens et.al (1995) menciptakan ukuran kualitas layanan, DINESERV yang berfokus pada mengukur tingkat atmosfer restoran dan karyawan. Selain itu, Caldwell

dan Hibbert (2002) meneliti efek musik sebagai salah satu elemen atmosfer yang mempengaruhi perilaku kunjungan restoran. Namun Kivela *et.al.*, (1999) menyebutkan *food quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan memprediksi *behavioral intentions* konsumen ke restoran, namun *food quality* tidak menjadi faktor utama dalam studi mereka.

Model yang digunakan dalam penelitian ini bertumpu pada tiga variabel, diantaranya untuk mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction*; serta *customer satisfaction* yang memediasi hubungan antara *food quality* dan *behavioral intentions*. *Food quality* di uji seberapa jauh perbedaan antara apa yang dirasakan oleh konsumen dengan harapan mereka atas layanan yang diterima. Kivela *et.al.*, (1999) *Food quality* menjadi dasar seseorang melakukan niat pembelian pada sebuah restoran. Menurut Tsiotsou (2006), pembelian ulang adalah suatu perilaku dimana konsumen membeli kembali produk yang pernah dibeli. Suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila mampu mempertahankan konsumennya loyal terhadap perusahaan. *Food quality* merupakan atribut penting dari keseluruhan kualitas layanan restoran, diharapkan memiliki hubungan yang positif pada *customer satisfaction* dan pada akhirnya berpengaruh pada *behavioral intentions*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Namkung (2007) dengan model yang sama namun dengan objek yang berbeda. Peneliti melakukan replikasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model yang digunakan oleh Namkung (2007) dapat memberikan hasil yang sama apabila diterapkan di Indonesia khususnya di Surakarta yang memiliki latarbelakang dan budaya berbeda, seperti dalam hal mengkonsumsi makanan di sebuah restoran.

Penelitian ini dilakukan pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta. Pemilihan rumah makan Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta karena merupakan salah satu rumah makan dengan brand lokal. Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug sangat diminati oleh banyak konsumen terutama paramahasiswa di sekitar UNS, meskipun mulai banyak bermunculan rumah makan baru yang menjadi pesaing dari Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug. Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang datang dan seberapa sering mereka datang ke rumah makan tersebut. Dengan demikian Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug harus dapat mempertahankan para konsumen agar tidak berpindah ke rumah makanan yang lain.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Makanan (*Food Quality*)

Kualitas makanan adalah kunci yang sangat penting yang selalu dicari konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan harapan mereka terhadap restoran yang mereka pilih (Peri 2006). Kualitas makanan merupakan faktor penting bagi konsumen dan salah satu yang berdampak pada kesehatan mereka (Shaharudin, Mansor, dan Elias 2011). Kualitas makanan adalah atribut paling penting bagi konsumen restoran secara keseluruhan dan berdasarkan hasil penelitian kualitas makanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Ryu dan Han, 2010). Susskind dan Chan (2000) juga menemukan kualitas makanan adalah salah satu penentu yang signifikan dari penilaian pelanggan restoran di Toronto, Kanada.

Grunert (2005) menyatakan kualitas makanan memiliki dua dimensi yaitu dimensi objektif dan subjektif. Dimensi objektif mengacu pada karakteristik fisik yang melekat pada produk dan biasanya ditangani oleh ahli gizi, sedangkan dimensi subjektif adalah

kualitas yang dirasakan oleh konsumen. (Grunert et al., 1996) mengusulkan dua dimensi dalam menganalisis kualitas makanan yaitu dimensi horizontal dan vertikal. Dimensi horizontal adalah dimensi waktu, yaitu membedakan persepsi konsumen mengenai kualitas sebelum dan sesudah pembelian. Dimensi vertikal berkaitan dengan bagaimana konsumen menyimpulkan kualitas dari berbagai atribut kualitas makanan yang diinginkan. Dapat diartikan bahwa atribut makanan yang membentuk kualitas dapat berubah dari waktu ke waktu pada benak konsumen.

Terlepas dari pentingnya kualitas makanan dalam bisnis restoran, tidak ada konsensus pada atribut individu yang membentuk kualitas makanan (Namkung, 2007). Sulek dan Hensley (2004) menyatukan semua atribut makanan menjadi satu variabel, kualitas makanan. Kivela et al. (1999), melihat bahwa kualitas makanan memiliki banyak atribut yaitu presentasi, rasa, variasi menu, dan suhu. Namkung (2007) meninjau secara menyeluruh dari literatur mengungkapkan bahwa kualitas makanan berfokus pada tampilan, variasi, pilihan sehat, rasa, kesegaran, dan suhu.

### **Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)**

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk, setelah konsumen membandingkan kinerja produk dengan harapannya (Kotler, 2000), sedangkan menurut Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009), Kepuasan pelanggan diartikan bahwa penilaian pelanggan atas produk atau jasa telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. K

Kepuasan pelanggan merupakan upaya penilaian konsumen setelah melakukan pembelian produk, dimana produk sama atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan (Engel, 1990). Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan konsumen terhadap produk dan hasil yang dirasakan. Kepuasan menunjukkan bagaimana suatu produk memenuhi tujuan pelanggan, pada akhirnya kepuasan pelanggan senantiasa menjadi penyebab utama timbulnya loyalitas.

### **Niat Berkunjung Ulang (*Behavioral Intention*)**

Namkung (2007) mengatakan konsumen yang memiliki *behavioral intention* menandakan bahwa konsumen tersebut terikat dengan perusahaan. Zeithaml (2003) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai keinginan konsumen untuk memberitahukan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada orang lain, dan keinginan melakukan pembelian ulang. *Behavioral intention* dijadikan indikator sebagai petunjuk apakah konsumen tetap ingin berkunjung kembali atau meninggalkan perusahaan yang selama ini melayaninya.

Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1996) *behavioral intentions* dilihat dari faktor minat pembelian kembali, *word-of-mouth*, dan perilaku konsumen memberikan keluhannya serta sensitif terhadap harga. Indikator spesifik dari *behavioral intention* yang baik termasuk mengatakan positif tentang perusahaan kepada orang lain (Boulding et al., 1993), konsumen yang memiliki *behavioral intention* terdiri dari konsumen yang loyal terhadap perusahaan (LaBarbera & Mazursky, 1983). Loyalitas pelanggan terbukti ketika pelanggan memilih satu perusahaan dibandingkan perusahaan lain, melakukan pembelian ulang, atau meningkatkan bisnis dengan perusahaan di masa depan (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996).

### **Pengembangan Hipotesis**

Terdapat empat hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini. Hipotesis pertama adalah persepsi konsumen mengenai *food quality* berpengaruh positif terhadap *customer*

*satisfaction*.

Hipotesis kedua pengaruh *customer satisfaction* terhadap *behavioral intentions*. Hipotesis ketiga pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intentions*. Hipotesis keempat *customer satisfaction* memiliki pengaruh sebagai mediasi terhadap *food quality* yang dipersepsikan konsumen dan *behavioral intentions*.

### **Pengaruh Quality terhadap Customer Satisfaction**

Namkung (2007) pada penelitiannya di restoran menengah ke atas di United States, menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan *behavioral intentions*. Selain itu, penelitian Ryu dan Han (2010) menyatakan kualitas makanan merupakan atribut paling penting bagi konsumen restoran secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas makanan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan adanya penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Pengaruh quality terhadap customer satisfaction

### **Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioral Intentions**

Kepuasan pelanggan memiliki efek positif terhadap perubahan sikap pada periode setelah pembelian dan tingkah laku positif akan mengakibatkan munculnya *behavioral intentions*. Namkung (2007) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa kepuasan pelanggan yang diterjemahkan lebih ke dalam pertimbangan praktis bahwa konsumen akan kembali atau tidak dan merekomendasikan restoran tersebut kepada orang lain karena hal ini adalah kunci keberhasilan bisnis restoran.

Penelitian Ryu et al. (2010) pada *quick-casual restaurants* di United States menyebutkan bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan sangat penting untuk meningkatkan *behavioral intentions* pada restoran. Dengan adanya penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Pengaruh customer satisfaction terhadap behavioral intentions

### **Pengaruh Quality terhadap Behavioral Intentions**

Ha dan Jang (2010a) juga menguji dampak kualitas makanan pada kepuasan pelanggan dan niat perilaku, menemukan hubungan positif antara kualitas makanan dan kepuasan pelanggan atau niat perilaku. Dalam studi ini, kualitas makanan diukur menggunakan berbagai faktor, seperti rasa, variasi menu, suhu makanan, warna, dan ukuran porsi.

Matilla (2001) pada penelitian *casual dining restaurant* di USA menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan salah satu alasan pelanggan ingin mengunjungi sebuah restoran. Dengan adanya penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Pengaruh quality terhadap behavioral intentions

### **Pengaruh Quality, Satisfaction, dan Behavioral Intentions**

Dalam riset yang dilakukan Namkung (2007) pada restoran menengah ke atas di United States menyebutkan efek dari kualitas makanan yang dirasakan pelanggan memiliki hubungan yang positif pada kepuasan pelanggan serta *behavioral intentions*. Seperti penelitian sebelumnya Baker & Crompton (2000) kualitas makanan dan kepuasan pelanggan memainkan peranan penting pada niat perilaku terhadap restoran.

Hubungan antara kualitas, kepuasan pelanggan dan behavioral intentions memang sedang hangat di perdebatkan seperti Parasuraman (1994) menyatakan bahwa *Service Quality* merupakan prediktor yang lebih kuat untuk *behavioral intentions* di bandingkan *customer satisfaction*. Cronin and Taylor (1992) menyatakan kualitas layanan memengaruhi kepuasan dan kepuasan itu akan memengaruhi *behavioral intentions* secara positif, dimana hubungan antara *customer satisfaction* dengan *behavioral intentions* lebih kuat dibandingkan performa kualitas, sehingga *customer satisfaction* berperan sebagai mediator. Dengan adanya penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>** : *Customer satisfaction* memiliki pengaruh sebagai mediasi terhadap *food quality* yang dipersepsikan pelanggan dan *behavioral intentions*

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan dari struktur penelitian agar proses dan hasil penelitian valid, obyektif, efektif dan efisien (Jogiyanto, 2004). Desain penelitian ini terdiri dari tujuan studi, tipe hubungan antar variabel, unit analisis dan horizon waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah pengujian hipotesis, dimana penelitian ini menjelaskan fakta yang terjadi dalam bentuk hubungan antar variabel (Supomo, Indriantoro 2000). Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *food quality* terhadap *customer satisfaction*; serta *customer satisfaction* yang memediasi hubungan antara *food quality* dan *behavioral intentions* studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug.

Hubungan sebab-akibat merupakan tipe hubungan dalam penelitian ini, yaitu penelitian yang memperlihatkan arah hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). *Food quality* bertindak sebagai variabel bebas sedangkan *behavioral intentions* sebagai variabel terikatnya, yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Unit individu merupakan unit analisis yang digunakan pada penelitian ini karena jawaban setiap responden mewakili pendapatnya sendiri. Unit analisis yang digunakan adalah pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug. Penelitian satu waktu (*one shoot study*) menjadi horizon waktu dalam penelitian ini yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dalam satu waktu, dapat berupa data dari subyek penelitian dalam satu periode waktu. Adapun periode waktu yang dilakukan dalam penelitian ini adalah selama satu bulan yang dimulai pada bulan Agustus 2018.

### Populasi, Sampel, Sampling

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel, namun agar lebih aman ditambah 10% sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 110 sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah mengonsumsi makan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug minimal satu kali. Instrumen penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yang di distribusikan kepada konsumen yang berkunjung di

Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug dengan skala likert 5.

### 18 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Pada penelitian bisnis dan manajemen akan sulit mendapatkan data yang berdistribusi normal karena menggunakan persepsi, maka *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk pengolahan data agar penyelesaian permasalahan penelitian memungkinkan dapat diolah dengan baik. Terdapat tiga tahap dalam analisis SEM-SmartPLS yaitu analisa *outer model*, analisa *inner model* dan pengujian hipotesa.

*Outer Model* dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Model ini mengacu pada besaran *outer loading* setiap indikator terhadap variabel latennya. Terdapat tiga faktor yang akan diamati, *convergent validity*, *discriminant validity* dan uji unidimensionalitas. Tahap *convergent validity* dilakukan dengan melihat nilai *factor loading*. Model yang memiliki tingkat valid yang baik dan mampu mencerminkan variabel eksogen dan endogen yang harus memenuhi nilai *factor loading* > 0.7. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Selain dilihat dari nilai *factor loading*, *convergent validity* juga dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE).

Tidak adanya permasalahan *convergent validity*, maka tahap selanjutnya yang diuji adalah permasalahan yang terkait dengan *discriminant validity*. Tahap ini membandingkan nilai  $\sqrt{AVE}$  dengan nilai korelasi antar variabel. Selain itu, analisis tabel *cross loading* merupakan metode lain yang dapat digunakan untuk menguji *discriminant validity*. Memastikan bahwa tidak ada masalah terkait pengukuran, maka langkah yang digunakan adalah menguji unidimensionalitas. Uji unidimensionalitas dilakukan dengan melihat indikator *Composite reliability* dan *alpha cronbach*. Untuk kedua indikator ini titik *cut-off value* adalah 0,7.

### Pengujian Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis, diterima atau ditolaknya hipotesis secara statistik dapat dihitung melalui signifikansinya. Tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan adalah 0.05 untuk menolak atau menerima suatu hipotesis. Dasar pengambilan keputusan yaitu: jika  $p\text{-value} \leq 0.05$  ( $\alpha = 5\%$ ),  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, sedangkan jika  $p\text{-value} > 0.05$  ( $\alpha = 5\%$ ),  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis dengan mediasi, jika koefisien jalur atau *path coefficients* antara variabel eksogen dan variabel endogen dari *direct effect* ke *indirect effect* tidak berubah dan tetap signifikan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika koefisien jalur atau *path coefficients* antara variabel eksogen dan variabel endogen dari *direct effect* ke *indirect effect* turun dan tetap signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_0$  diterima dengan mediasi sebagian (*partial mediation*). Jika koefisien jalur atau *path coefficients* antara variabel eksogen dan variabel endogen dari *direct effect* ke *indirect effect* turun dan menjadi tidak signifikan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_0$  diterima dengan mediasi penuh (*full mediation*).

### Analisis Kualitas Layanan

Upaya peningkatan kepuasan layanan dilakukan analisis antara harapan konsumen dengan kinerja perusahaan (manufaktur atau jasa), sehingga dapat memaksimalkan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk pelaksanaan TQM adalah *Quality Function Deployment* (QFD). QFD didefinisikan sebagai suatu proses untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menerjemahkannya ke dalam kebutuhan teknis yang relevan, dimana level fungsional dan

level organisasi dapat memahaminya dan mengambil keputusan dalam bertindak (Gasperz dalam Nasution, 2005). Metode QFD memiliki empat jenis tahapan (Tannady H, 2015) yaitu tahap perancangan produk (*House of Quality*), tahap perencanaan komponen, tahap perencanaan proses, tahap perencanaan produksi. Matriks tahap pertama dari QFD adalah tahap perencanaan kebutuhan pelanggan atau lebih dikenal dengan istilah *House of Quality*. Tahap tersebut merupakan dasar bagi semua tahap yang dibutuhkan dalam QFD.

Tahapan dalam membuat matriks HOQ pada perancangan desain produk Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug yaitu menyusun kebutuhan atau suara konsumen terhadap suatu produk yang diproduksi oleh perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *customer requirement (what)*, menyusun bagaimana perusahaan menjawab kebutuhan konsumen dengan menetapkan perancangan produk serta proses produksi (*how*), mengembangkan matriks hubungan antar *customer requirement (what)* dan perancangan produk serta proses produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan (*how*), mengembangkan matriks hubungan antar persyaratan teknik, penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka dan membandingkannya dengan kompetitor, mengembangkan prioritas kebutuhan konsumen yang terdiri dari analisis tingkat kepentingan pelanggan, nilai target, faktor skala kenaikan, seberapa besar atribut memiliki poin penjualan dan bobot absolut, dan mengembangkan prioritas persyaratan teknik yang terdiri dari analisis derajat kesulitan (seberapa sulit pelaksanaan persyaratan teknik membantu menilai kemampuan pihak Waroeng Spesial Sambal SS dalam mengimplementasikan perbaikan), nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut kebutuhan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS, bobot absolut, dan bobot relatif persyaratan teknik).

## 2 HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengolahan Data Menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*

Pada penelitian bisnis dan manajemen akan sulit mendapatkan data yang berdistribusi normal karena menggunakan persepsi, maka *Partial Least Squares (PLS)* digunakan untuk pengolahan data agar penyelesaian permasalahan penelitian memungkinkan dapat diolah dengan baik. Terdapat tiga tahap dalam analisis SEM-SmartPLS yaitu analisa outer model, analisa inner model dan pengujian hipotesa. Model yang memiliki tingkat valid yang baik dan mampu mencerminkan variabel eksogen dan endogen harus memenuhi nilai *factor loading* > 0.7.

Kuesioner digunakan menjadi alat ukur dalam penelitian ini. Berdasarkan fungsi pengukurannya kuesioner terbagi menjadi tiga bagian yaitu pengukuran *food quality*, pengukuran *customer satisfaction* dan pengukuran *behavioral intentions*. *Factor loading* untuk setiap atribut dari tiga variabel (*Food Quality*, *Satisfaction*, dan *Behavioral Intention*) berdasarkan diagram jalur model dengan menggunakan program SmartPLS Versi 3.2.8 agar dapat dilihat lebih jelas maka disusunlah Tabel 1.

Tabel 1. *Factor loading* tiap variabel berdasarkan diagram jalur model

	Behavioral Intentions	Food Quality	Satisfaction
BI1	0.936		



BI2	0.955		
BI3	0.953		
FQ1		0.778	
FQ2		0.818	
FQ3		0.849	
FQ4		0.851	
FQ5		0.903	
FQ6		0.809	
SF1			0.940
SF2			0.942

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2018

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan antara indikator dengan variabelnya memiliki nilai *factor loading* > 0.7. Disimpulkan *convergent validity* dari variabel *food quality*, *customer satisfaction* dan *behavioral intentions* adalah valid.

### Pengujian Hipotesis

Metode pengambilan keputusan berdasarkan pada analisis data perlu dilakukan. Hubungan antara variabel-variabel penelitian dapat diperkirakan melalui uji signifikansi parameter. Hasil estimasi koefisien jalur atau *path coefficient* untuk menguji hipotesis antar variabel dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil estimasi koefisien jalur atau *path coefficient*

Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<i>Food Quality -&gt; Behavioral Intentions</i>	0.254	0.024	Signifikan
<i>Food Quality -&gt; Satisfaction</i>	0.709	<0.001	Signifikan
<i>Satisfaction -&gt; Behavioral Intentions</i>	0.663	<0.001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2018

Berdasarkan nilai *p-value*, *food quality* berpengaruh signifikan secara positif terhadap *customer satisfaction*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Artinya semakin baik *fooq quality* maka semakin tinggi nilai *customer satisfaction* dan sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%.

Berdasarkan nilai *p-value*, *customer satisfaction* berpengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intentions*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Artinya semakin tinggi *customer satisfaction* maka semakin tinggi pula tingkat *behavioral intentions* dan sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%.

Berdasarkan nilai *p-value*, *food quality* berpengaruh signifikan secara positif

terhadap *behavioral intentions*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Artinya semakin baik *fooq quality* maka semakin tinggi tingkat *behavioral intentions* dan sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%.

Pengujian hipotesis dengan mediasi mempunyai dua persyaratan (Sholihin dan Ratmono, 2013:57) yaitu : *path coefficients* dan nilai *p-value* yang signifikan pada *direct effect* dan *path coefficients* dan nilai *p-value* yang signifikan pada *indirect effect*. Hasil estimasi koefisien jalur dari *direct effect* variabel eksogen terhadap variabel endogen berdasarkan diagram jalur model dengan menggunakan program SmartPLS Versi 3.2.8 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Estimasi Koefisien Jalur dari *Direct Effect*

Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<i>Food Quality -&gt; Behavioral Intentions</i>	0.723	<0.001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2018

Estimasi pengaruh tidak langsung antara *customer satisfaction* yang memediasi hubungan antara *food quality* dan *behavioral intentions* digunakan dalam penelitian ini. Hasil estimasi koefisien jalur dari *indirect effect* variabel eksogen terhadap variabel endogen berdasarkan diagram jalur model dengan menggunakan program SmartPLS Versi 3.2.8 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Estimasi Koefisien Jalur dari *Indirect Effect*

Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<i>Food Quality -&gt; Behavioral Intentions</i>	0.254	0.024	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SmartPLS, 2018

Nilai koefisien jalur atau *path coefficient* pada *direct effect* antara *food quality* terhadap *behavioral intentions* sebesar 0.723 turun menjadi 0.254 pada *indirect effect* dan *p-value* pada *indirect effect* tetap signifikan, maka *customer satisfaction* memediasi sebagian pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intentions*, bermakna bahwa semakin baik *food quality* yang disajikan oleh SS maka tingkat *customer satisfaction* semakin tinggi. Lebih lanjut, semakin tinggi tingkat *customer satisfaction* maka tingkat *behavioral intentions* semakin tinggi, dan begitu sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%. Hasil mediasi sebagian ini menunjukkan variabel *customer satisfaction* bukan satu-satunya yang dapat memediasi hubungan *food quality* terhadap *behavioral intentions*, namun terdapat faktor-faktor mediasi lainnya.

## Penyusunan HOQ (*House of Quality*)

Penyusunan HOQ bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ketika produk sudah sesuai dengan keinginan pelanggan, dilakukan dengan cara menentukan keinginan pelanggan Waroeng Spesial Sambal SS kemudian menerjemahkannya menjadi respon teknik dalam mewujudkan keinginan pelanggan tersebut. HOQ merupakan matriks yang menghubungkan kebutuhan atau keinginan atau suara konsumen terhadap suatu produk yang diproduksi oleh perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *customer requirement (what)* dan bagaimana perusahaan menjawab kebutuhan konsumen dengan menetapkan perancangan produk serta proses produksi (*how*).

Tahapan dalam membuat matriks HOQ pada perancangan desain produk Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug yaitu menyusun kebutuhan atau suara konsumen terhadap suatu produk yang diproduksi oleh perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *customer requirement (what)*, menyusun bagaimana perusahaan menjawab kebutuhan konsumen dengan menetapkan perancangan produk serta proses produksi (*how*), mengembangkan matriks hubungan antar *customer requirement (what)* dan perancangan produk serta proses produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan (*how*), mengembangkan matriks hubungan antar persyaratan teknik, penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka dan membandingkannya dengan kompetitor, mengembangkan prioritas kebutuhan konsumen yang terdiri dari analisis tingkat kepentingan pelanggan, nilai target, faktor skala kenaikan, seberapa besar atribut memiliki poin penjualan dan bobot absolut, dan mengembangkan prioritas persyaratan teknik yang terdiri dari analisis derajat kesulitan (seberapa sulit pelaksanaan persyaratan teknik membantu menilai kemampuan pihak Waroeng Spesial Sambal SS dalam mengimplementasikan perbaikan), nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut kebutuhan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS, bobot absolut, dan bobot relatif persyaratan teknik).

## Penyusunan Kebutuhan konsumen (*What*)

Atribut-atribut penyusunan kebutuhan konsumen diperoleh berdasarkan penelitian terdahulu oleh Namkung (2007), atribut yang digunakan untuk penyusunan kebutuhan konsumen (*what*) yaitu atribut *food quality*. Atribut telah melalui uji instrumen penelitian (validitas dan reliabilitas), hasil pengujian menyatakan bahwa semua atribut valid dan reliabel sehingga dapat digunakan sebagai data untuk penyusunan kebutuhan konsumen atau yang lebih dikenal dengan *customer requirement (what)*. Atribut dalam penyusunan kebutuhan konsumen adalah pertanyaan dalam kuesioner tertutup yang sifatnya kuantitatif, hal ini dilakukan agar mengetahui seberapa penting dan puas konsumen terhadap *food quality* Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug. Atribut dalam penyusunan kebutuhan konsumen dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Atribut kebutuhan konsumen terhadap menu makanan Waroeng SS

No	Atribut kebutuhan konsumen
1	Penyajian makanan yang menarik
2	Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk
3	Restoran menawarkan pilihan menu sehat
4	Restoran menyajikan makanan yang lezat

5	Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>
6	Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai

Sumber: data diolah (2018)

Atribut kebutuhan konsumen di atas, dirancang untuk kuesioner yang disebarakan pada pelanggan Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug. Tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap atribut kebutuhan konsumen dapat diketahui berdasarkan kuesioner tersebut. Tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan nantinya akan menjadi masukan data pada tahap penilaian kompetitif.

### **Menyusun persyaratan teknik (How)**

Setelah atribut kebutuhan konsumen disusun, kemudian pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug menerjemahkan atribut kebutuhan konsumen *customer requirement (what)* menjadi atribut persyaratan teknik. Atribut persyaratan teknik diperoleh melalui wawancara dengan manajemen Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug. Informasi dan tanggapan manajemen Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6.** Atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS

No	Atribut persyaratan teknik
1	Staff yang terlatih
2	Memiliki Ideologi memasak
3	Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan
4	Makanan disajikan " <i>Made by order</i> "
5	Inovasi menu
6	Uji kualitas secara berkala

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS di atas, diketahui bahwa atribut persyaratan teknik terdiri dari staff yang terlatih, staff Waroeng Spesial Sambal SS wajib mengikuti pelatihan. Terdapat dua jenis pelatihan yang dilakukan oleh manajemen Waroeng Spesial Sambal SS untuk melatih karyawannya yaitu dari level warung dan manajemen. Pertama, level warung adalah pelatihan yang diikuti oleh karyawan yang akan bekerja di warung. Pelatihan karyawan yang sesuai dengan bidangnya bertujuan untuk meningkatkan kinerja yang optimal. Kedua, level manajemen adalah pelatihan yang diikuti karyawan yang akan bekerja di belakang layar dan ini membutuhkan waktu yang lama dibanding masa pelatihan di level warung. Pelatihan untuk level warung yaitu diberikannya materi teori kemudian pelatihan secara praktek, dilaksanakan di *Training Center SS*, yang sudah menyediakan properti yang sama dengan peralatan yang digunakan di Waroeng Spesial Sambal SS setiap cabang.

## 2 Mengembangkan Matriks Hubungan Antara Kebutuhan konsumen (What) dan Persyaratan Teknik (How)

Beberapa suara pelanggan kemungkinan akan dipengaruhi oleh satu atribut persyaratan teknik, setelah dilakukannya *brainstorming* dengan pihak manajemen. Matriks hubungan digunakan untuk menentukan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan persyaratan teknik. Atribut kebutuhan konsumen dan atribut persyaratan teknik yang ditampilkan pada tabel di atas, terdapat hubungan yang kuat, sedang, lemah, bahkan tidak saling berhubungan. Derajat hubungan antara atribut kebutuhan konsumen dengan atribut persyaratan teknik dikonversi menjadi nilai bobot. Derajat hubungan antara atribut kebutuhan konsumen dengan atribut persyaratan teknik dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Derajat hubungan hubungan antara atribut kebutuhan konsumen dan atribut persyaratan teknik

	Staff yang terlatih	Memiliki Ideologi memasak	Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	Makanan disajikan "Made by order"	Inovasi menu	Uji kualitas secara berkala
Penyajian makanan yang menarik	9	1		9	3	1
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk			1		9	
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	3		1		9	
Restoran menyajikan makanan yang lezat	9	9	3	3		9
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	1	9	9	9		3
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	1	9		9		3

Sumber: data diolah (2018)

Atribut kebutuhan konsumen dan atribut persyaratan teknik yang ditampilkan pada tabel di atas memiliki hubungan secara kuat, sedang, lemah, bahkan tidak saling berhubungan. Salah satu contoh atribut Waroeng Spesial Sambal SS menyajikan makanan yang lezat memiliki hubungan yang kuat dengan atribut Waroeng Spesial Sambal SS memiliki ideologi memasak. Waroeng Spesial Sambal SS memiliki empat ideologi memasak, yaitu kualitas rasa, kecepatan penyajian, higienitas dan efisiensi. Jika ideologi tersebut dijalankan dengan benar, maka akan menghasilkan makanan yang memiliki kualitas rasa yang baik (Restoran menyajikan makanan yang lezat). Contoh hubungan lain yaitu atribut restoran menyajikan makanan yang lezat memiliki hubungan yang sedang dengan atribut kerjasama Waroeng Spesial Sambal SS dengan peternak untuk mendapatkan ikan, sebab menu makanan yang berasal dari ikan tidak akan langsung menjadi makanan yang lezat tanpa adanya pengolahan oleh staff.

## Mengembangkan Matriks Hubungan Antar Atribut Persyaratan Teknik

Matriks ini menggambarkan apakah atribut persyaratan teknik yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan atau bertentangan. Hubungan atribut persyaratan teknik yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan atau bertentangan disajikan pada Tabel 8. Terdapat empat hubungan antar atribut persyaratan teknik, yaitu :

- ++ = Hubungan positif kuat, bernilai +9
- + = Hubungan positif lemah, bernilai +3
- x = Hubungan negatif lemah, bernilai -3
- xx = Hubungan negatif kuat, bernilai -9
- [ ] = Tidak ada hubungan, bernilai 0

Tabel 8. Hubungan antar atribut persyaratan teknik

Hubungan antar parameter teknis	Staff yang terlatih	Memiliki Ideologi memasak	Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	Makanan disajikan "Made by order"	Inovasi menu	Uji kualitas secara berkala
Staff yang terlatih		++		++		
Memiliki Ideologi memasak				++		++
Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan				+	+	++
Makanan disajikan "Made by order"					++	++
Inovasi menu						++
Uji kualitas secara berkala						

Sumber: data diolah (2018)

Tabel 8. menunjukkan bahwa ada beberapa atribut persyaratan hubungan teknik yang mempunyai hubungan positif kuat dan positif lemah. Salah satu hubungan yang memiliki kategori positif kuat yaitu hubungan antara atribut kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan; memiliki ideologi memasak; makanan disajikan *made by order*; inovasi menu berhubungan positif kuat dengan uji kualitas secara berkala, karena awal keberhasilan keempat atribut dilihat berdasarkan hasil uji kualitas yang dilakukan, uji kualitas ini bertujuan untuk mengontrol kualitas dimulai dari kegiatan menerima bahan baku/bahan setengah jadi/bahan pendukung lainnya, kegiatan pengolahan sampai makanan siap disajikan kepada konsumen, dan keberhasilan dalam melaksanakan pengembangan atau inovasi produk, apakah produk baru layak untuk diluncurkan atau tidak di pasaran.

### Penilaian Kompetitif

Penilaian kompetitif didapatkan dari survei pasar, konsumen menilai kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka dan membandingkannya dengan

pesaing. <sup>2</sup> Penilaian kompetitif dibagi menjadi dua jenis, yaitu untuk penilaian pelanggan terhadap Waroeng Spesial Sambal SS dibandingkan dengan kompetitor, dan penilaian mengenai bahasa teknik yang digunakan oleh perusahaan.

Penilaian kompetitif ini membandingkan atribut kebutuhan konsumen maupun persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS dengan atribut kebutuhan konsumen maupun persyaratan teknik kompetitor, dalam hal ini <sup>7</sup> kompetitor yang ditetapkan adalah SBC. Alasan pemilihan SBC sebagai kompetitor Waroeng Spesial Sambal SS, karena Waroeng Spesial Sambal SS dan SBC sama-sama menawarkan beragam menu pilihan makanan, menu yang disajikan adalah menu rumahan, harga terjangkau dan cukup terkenal di kalangan mahasiswa. Produk yang dijual pun hampir sama dengan yang dijual oleh Waroeng Spesial Sambal SS. Selain itu karena sebagian besar penilaian konsumen yang sering membanding-bandingkan Waroeng Spesial Sambal SS dan SBC.

### Penilaian Kompetitif Pelanggan

Penilaian pelanggan terhadap Waroeng Spesial Sambal SS dibandingkan <sup>3</sup> dengan kompetitor, digunakan untuk menentukan kebutuhan atau suara konsumen apakah sudah terpenuhi dan mengidentifikasi kebutuhan konsumen mana yang perlu mendapatkan perhatian lebih dalam pengembangan produk selanjutnya. Penilaian kompetitif pelanggan juga mencakup penilaian Waroeng Spesial Sambal SS dibandingkan dengan kompetitor dari sudut pandang penulis, dalam batas kebutuhan konsumen. Penilaian kompetitif tiap atribut kebutuhan konsumen didapat dari hasil rata-rata penilaian 84 responden, yaitu nilai dari total bobot dibagi jumlah responden. Hasil survei mengenai penilaian <sup>2</sup> pelanggan terhadap Waroeng Spesial Sambal SS dibandingkan dengan kompetitor dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penilaian Kompetitif Pelanggan

Atribut kebutuhan konsumen	Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Menu Makanan SS	Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Menu Makanan Kompetitor	Selisih Tingkat Kepuasan SS dengan SBC
Penyajian makanan yang menarik	4.24	3.38	0.86
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	4.49	3.44	1.05
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	4.27	3.48	0.80
Restoran menyajikan makanan yang lezat	4.36	3.49	0.87
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	4.38	3.61	0.77
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	4.33	3.68	0.65

Sumber: data diolah (2018)

Survei di lapangan diperoleh hasil bahwa menurut sebagian besar responden, semua atribut kebutuhan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS unggul dari atribut kebutuhan konsumen SBC. Selisih nilai kepuasan antara Waroeng Spesial Sambal SS dengan SBC tidak begitu jauh antara atribut satu dengan atribut lainnya, memperlihatkan bahwa produk Waroeng Spesial Sambal SS dan SBC saling bersaing ketat. Maka Waroeng Spesial Sambal SS perlu meningkatkan kinerja dari semua atribut kebutuhan konsumen yang masih rendah nilainya dibandingkan dengan pesaing, agar kepuasan konsumen terhadap Waroeng Spesial Sambal SS meningkat yang akan berdampak pula pada tingkat berkunjung kembali (*behavioral intention*) konsumen ke Waroeng Spesial Sambal SS.

### Penilaian Kompetitif Teknik

Penilaian yang membandingkan antara penilaian kinerja yang telah dicapai diantara dua objek yang diteliti, dalam hal ini Waroeng Spesial Sambal SS sebagai objek utama dibandingkan dengan kompetitornya, yaitu SBC, terhadap atribut persyaratan tekniknya. Penilaian kompetitif teknik menggunakan skala Likert. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pihak manajemen SS diketahui penilaian kompetitif teknik antara produk Waroeng Spesial Sambal SS dan produk SBC adalah seperti yang terlihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Penilaian Kompetitif Teknik

Atribut Persyaratan Teknik	Nilai SS	Nilai SBC
Staff yang terlatih	4	4
Memiliki Ideologi memasak	4	3
Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	4	3
Makanan disajikan " <i>Made by order</i> "	5	3
Inovasi menu	4	3
Uji kualitas secara berkala	5	4

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan atribut persyaratan teknik antara Waroeng Spesial Sambal SS dan SBC masing-masing memiliki kinerja yang baik, namun terdapat beberapa atribut Waroeng Spesial Sambal SS lebih baik dari SBC. Khususnya untuk atribut makanan disajikan "*Made by order*" dan uji kualitas secara berkala, dalam kegiatan operasionalnya SBC kurang maksimal dalam tahap menyajikan makanan "*Made by order*" sehingga atribut tersebut SBC lebih rendah dibandingkan Waroeng Spesial Sambal SS. Meskipun hampir semua atribut Waroeng Spesial Sambal SS unggul dibanding kompetitornya, Waroeng Spesial Sambal SS tetap perlu meningkatkan kinerjanya disetiap atribut persyaratan teknik untuk dapat memberikan *food quality* yang baik kepada konsumen sehingga kepuasan konsumen akan meningkat.



5

## Pengembangan Prioritas Kebutuhan Konsumen

Pengembangan ini menunjukkan rangkaian prioritas kebutuhan konsumen yang harus terpenuhi dalam melaksanakan pengembangan produk Waroeng Spesial Sambal SS. Rangkaian prioritas kebutuhan konsumen mencakup nilai seberapa penting atribut kebutuhan konsumen dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS dalam merespon kebutuhan konsumen, menganalisis seberapa banyak atribut kebutuhan konsumen yang membutuhkan perbaikan (faktor skala kenaikan), menganalisis atribut kebutuhan konsumen yang unggul mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, sehingga dapat menolong dalam proses penjualan (poin penjualan) dan bobot absolut. Berikut adalah gambaran umum dari pengembangan prioritas kebutuhan konsumen terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Prioritas Kebutuhan konsumen

Atribut kebutuhan konsumen	Nilai Kepentingan Konsumen	Nilai Produk SS	Nilai Produk SBC	Nilai Sasaran Produk SS	Faktor Skala Kenaikan	Poin Penjualan	Bobot Absolut	Prioritas
Penyajian makanan yang menarik	4.38	4.24	3.38	5	1.18	1.5	7.75	5
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	4.64	4.49	3.44	3	0.67	1.2	3.72	6
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	4.58	4.27	3.48	5	1.17	1.5	8.04	3
Restoran menyajikan makanan yang lezat	4.70	4.36	3.49	5	1.15	1.5	8.09	2
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	4.80	4.38	3.61	5	1.14	1.5	8.22	1
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	4.64	4.33	3.68	5	1.15	1.5	8.03	4

Sumber: data diolah (2018)

## Kepentingan Bagi Pelanggan

Kebutuhan konsumen yang terdiri dari enam atribut sesuai dengan tabel di atas, diberi peringkat berdasarkan tingkat kepentingannya bagi pelanggan. Peringkat dari atribut kepentingan digunakan untuk menganalisis atribut yang harus diprioritaskan dan membuat keputusan mempertahankan atau mengorbankan atribut. Tingkat kepentingan setiap kebutuhan konsumen diperoleh melalui hasil rata-rata penilaian yang dilakukan terhadap 84 orang responden melalui survei kuesioner. Hasil survei dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Kepentingan Bagi Pelanggan

Atribut kebutuhan <b>konsumen</b>	Nilai Kepentingan Konsumen	Ranking
Penyajian makanan yang menarik	4.38	6
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	4.64	3
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	4.58	5
Restoran menyajikan makanan yang lezat	4.70	2
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	4.80	1
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	4.64	4

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan semua atribut kebutuhan konsumen dapat dikategorikan menjadi prioritas kepentingan bagi konsumen, dimulai dari Menu yang disajikan selalu terjaga tetap *fresh*; Restoran menyajikan makanan yang lezat; Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk; Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai; Restoran menawarkan pilihan menu sehat; dan Penyajian makanan yang menarik.

### **Nilai Sasaran Kebutuhan Konsumen**

Nilai sasaran didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS, menggunakan skala Likert. Nilai sasaran ditentukan dengan menetapkan nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut kebutuhan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS. Nilai sasaran terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS dapat dilihat pada Tabel 13.

**Tabel 13. Nilai** sasaran Waroeng Spesial Sambal SS

Atribut kebutuhan konsumen	Nilai Sasaran
Penyajian makanan yang menarik	5
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	3
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	5
Restoran menyajikan makanan yang lezat	5
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	5
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	5

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan kinerja Waroeng Spesial

Sambal SS, pada semua atribut kebutuhan konsumen harus mencapai nilai target yang telah ditetapkan. Kunci sukses Waroeng Spesial Sambal SS adalah kekuatan rasa, *food quality* yang diberikan harus memberikan kepuasan kepada konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, pihak manajemen memberikan nilai lima pada hampir semua atribut kebutuhan konsumen.

### 3 Faktor Skala Kenaikan

Faktor skala kenaikan merupakan perbandingan antara nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS dalam merespon kebutuhan konsumen dengan rata-rata dari total atribut produk terhadap jumlah responden, yang diberikan dalam penilaian kompetitif pelanggan. Kebutuhan konsumen yang memiliki faktor skala kenaikan di atas nilai satu bermakna bahwa atribut kebutuhan konsumen tersebut membutuhkan perbaikan. Nilai yang semakin besar menunjukkan bahwa semakin besar pula usaha yang dibutuhkan untuk perbaikan. Hasil dari perhitungan faktor skala kenaikan atribut kebutuhan konsumen terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Faktor skala kenaikan setiap kebutuhan konsumen terhadap Waroeng Spesial Sambal SS

Atribut kebutuhan konsumen	Nilai Sasaran Produk SS	Nilai Produk SS	Faktor Skala Kenaikan (a/b)
Penyajian makanan yang menarik	5	4.24	1.18
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	3	4.49	0.67
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	5	4.27	1.17
Restoran menyajikan makanan yang lezat	5	4.36	1.15
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	5	4.38	1.14
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	5	4.33	1.15

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan faktor skala kenaikan menunjukkan bahwa atribut yang dapat memenuhi target yang ditetapkan yaitu hanya atribut Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk. Waroeng Spesial Sambal SS masih perlu melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja untuk setiap atribut kebutuhan konsumen agar kepuasan konsumen terhadap Waroeng Spesial Sambal SS meningkat yang akan berdampak pula pada tingkat berkunjung kembali konsumen ke Waroeng Spesial Sambal SS.

### Poin Penjualan

Poin penjualan ini memiliki sasaran untuk meningkatkan atribut kebutuhan konsumen yang unggul mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, sehingga dapat menolong dalam proses penjualan. Poin penjualan setiap kebutuhan konsumen diperoleh

melalui hasil wawancara dengan pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS, menggunakan skala yang telah diklasifikasikan menurut kategori tertentu yaitu bernilai 1 jika tidak ada titik jual; bernilai 1.2 jika titik penjualan menengah; dan bernilai 1.5 jika titik penjualan kuat (Cohen, 1995). Hasil survei mengenai poin penjualan terhadap atribut kebutuhan konsumen dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Poin penjualan setiap kebutuhan konsumen terhadap produk SS

Atribut kebutuhan konsumen	Poin Penjualan
Penyajian makanan yang menarik	1.5
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	1.2
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	1.5
Restoran menyajikan makanan yang lezat	1.5
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	1.5
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	1.5

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan poin penjualan pada atribut kebutuhan konsumen tersebut hampir semuanya dianggap sangat menolong dalam penjualan karena memang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam pemilihan produk. Hanya satu atribut yang dianggap cukup menolong dalam hal penjualan, yaitu restoran menawarkan berbagai macam menu lauk. Hal ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS.

### **Bobot Absolut Kebutuhan Konsumen**

Perkalian antara tingkat kepentingan pelanggan Waroeng Spesial Sambal SS, poin penjualan dan faktor skala kenaikan merupakan perhitungan untuk mendapatkan bobot absolut kebutuhan konsumen. Bobot absolut menggambarkan tingkat prioritas atribut apa yang perlu mendapat perhatian lebih dan perlu ditingkatkan untuk mencapai harapan konsumen. Ketika perhitungan bobot absolut selesai dilakukan, selanjutnya menghitung persentase, kemudian perankingan untuk setiap atribut kebutuhan konsumen dilakukan dengan cara melihat prioritas atribut mana yang harus diutamakan. Jika hal ini terlaksana dengan baik, maka kepuasan pelanggan akan terpenuhi yang berakibat pada loyalitas konsumen terhadap Waroeng Spesial Sambal SS. Hasil perhitungan bobot absolut dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Bobot absolut kebutuhan konsumen

Atribut kebutuhan konsumen	Tingkat Kepentingan (a)	<sup>8</sup> Faktor Skala Kenaikan (b)	Poin Penjualan (c)	Bobot Absolut (axbxc)	Persentase (%)	Prioritas
Penyajian makanan yang menarik	4.38	1.18	1.5	7.75	17.68	5
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	4.64	0.67	1.2	3.72	8.49	6
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	4.58	1.17	1.5	8.04	18.33	3
Restoran menyajikan makanan yang lezat	4.70	1.15	1.5	8.09	18.45	2
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap <i>fresh</i>	4.80	1.14	1.5	8.22	18.74	1
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	4.64	1.15	1.5	8.03	18.31	4

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan prioritas kebutuhan konsumen terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS. Prioritas atribut kebutuhan konsumen diurutkan dari yang terbesar sampai dengan terkecil. Atribut yang memiliki nilai bobot absolut terbesar terdapat pada atribut menu yang disajikan selalu terjaga tetap *fresh*.

### Pengembangan Prioritas Persyaratan Teknik

Kegiatan mengidentifikasi persyaratan teknik dalam merespon kebutuhan konsumen, menjadi masukan untuk perbaikan produk sangat dibutuhkan dalam membangun HOQ. Pengembangan Prioritas Persyaratan Teknik mencakup analisis derajat kesulitan (seberapa sulit pelaksanaan persyaratan teknik membantu menilai kemampuan pihak Waroeng Spesial Sambal SS dalam mengimplementasikan perbaikan), nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut kebutuhan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS, serta bobot absolut relatif. Berikut adalah gambaran umum dari pengembangan<sup>8</sup> prioritas persyaratan teknik terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS disajikan pada Tabel 17.

Tabel 17. Prioritas persyaratan teknik

Atribut Persyaratan Teknik	Derajat Kesulitan	Nilai SS	Nilai SBC	Nilai Sasaran	Bobot Absolut	Prioritas
Staff yang terlatih	3	4	4	5	104.90	3
Memiliki Ideologi memasak	3	4	3	5	131.64	2

Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	4	4	3	5	66.52	6
Makanan disajikan "Made by order"	3	5	3	5	138.48	1
Inovasi menu	4	4	3	5	96.12	4
Uji kualitas secara berkala	3	5	4	5	75.00	5

Sumber: data diolah (2018)

## Derajat Kesulitan

Seberapa sulit pelaksanaan persyaratan teknik ini membantu menilai kemampuan pihak Waroeng Spesial Sambal SS dalam mengimplementasikan perbaikan. Skala likert digunakan dalam penilaian derajat kesulitan. Berdasarkan wawancara dengan manajemen Waroeng Spesial Sambal SS, dapat diketahui seberapa sulit Waroeng Spesial Sambal SS dalam melaksanakan setiap bahasa teknik perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti yang terlihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Derajat kesulitan atribut persyaratan teknik terhadap produk

Atribut Persyaratan Teknik	Derajat Kesulitan
Staff yang terlatih	3
Memiliki Ideologi memasak	3
Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	4
Makanan disajikan "Made by order"	3
Inovasi menu	4
Uji kualitas secara berkala	3

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menunjukkan terdapat dua dari enam atribut persyaratan teknik memiliki derajat kesulitan yang sangat sulit, yaitu atribut kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan; dan inovasi menu. Hal tersebut terjadi karena pengaruh dari berbagai faktor dalam pelaksanaan setiap atribut. Sebagai contoh, untuk memperoleh ikan, pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS memiliki standar yang wajib terpenuhi oleh pemasok, hal ini memiliki kesulitan tersendiri, karena belum tentu para peternak dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS. Begitu juga dengan atribut inovasi produk, dibutuhkan beberapa tahap dalam merealisasikan suatu inovasi produk baru yang harus dilakukan oleh pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS, seperti mendapatkan masukan dari konsumen mengenai permintaan produk baru, diskusi dengan pihak terkait, uji coba, uji kualitas, evaluasi.

## 8 Nilai Sasaran Persyaratan Teknik

Nilai sasaran ditentukan dengan menetapkan nilai target yang harus dicapai oleh semua atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS dalam merespon kebutuhan konsumen. Skala likert digunakan dalam menentukan nilai sasaran setiap persyaratan teknik. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS, diketahui nilai sasaran atribut persyaratan teknik dalam mengembangkan produk Waroeng Spesial Sambal terlihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Nilai sasaran persyaratan teknik terhadap produk SS

Atribut Persyaratan Teknik	Nilai SS	Nilai SBC	Nilai Sasaran
Staff yang terlatih	4	4	5
Memiliki Ideologi memasak	4	3	5
Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	4	3	5
Makanan disajikan "Made by order"	5	3	5
Inovasi menu	4	3	5
Uji kualitas secara berkala	5	4	5

Sumber: data diolah (2018)

Atribut persyaratan teknik Waroeng Spesial Sambal SS sebagian besar sudah baik dan melebihi atribut persyaratan teknik kompetitor. Namun untuk mencapai nilai yang memuaskan, pihak manajemen menetapkan nilai sasaran untuk setiap atribut pada nilai sempurna, maka Waroeng Spesial Sambal SS masih harus meningkatkan kinerjanya pada setiap atribut persyaratan teknik.

## Bobot Absolut Persyaratan Teknik

Perkalian antara nilai simbol yang terdapat pada matriks hubungan (kebutuhan konsumen dan persyaratan teknik) dengan tingkat kepentingan konsumen Waroeng Spesial Sambal SS untuk setiap atribut kebutuhan konsumen, selanjutnya menjumlahkan nilai total setiap atribut kebutuhan konsumen, merupakan perhitungan untuk mendapatkan nilai bobot absolut persyaratan teknik. Perhitungan ini dibagi menjadi enam bagian, sesuai jumlah persyaratan teknik, sedangkan hasil perhitungan keseluruhan nilai bobot absolut persyaratan teknik dapat dilihat pada tabel 20.

Tabel 20. Nilai Bobot Absolut Persyaratan Teknik

Atribut Persyaratan Teknik	Bobot Absolut
Staff yang terlatih	104.9
Memiliki Ideologi memasak	131.64

Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	66.52
Makanan disajikan "Made by order"	138.48
Inovasi menu	96.12
Uji kualitas secara berkala	75

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menampilkan nilai bobot absolut, dari tabel tersebut dapat diketahui urutan prioritas persyaratan teknik dalam desain produk Waroeng Spesial Sambal SS. Prioritas bobot absolut diurutkan dari yang terbesar sampai dengan terkecil. Dalam perhitungan bobot absolut teknik, atribut-atribut yang harus diperhatikan dan diutamakan oleh Waroeng Spesial Sambal SS menurut urutan prioritas adalah Makanan disajikan "Made by order"; Memiliki Ideologi memasak; Staff yang terlatih; Inovasi menu; Uji kualitas secara berkala; Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan.

### Bobot Relatif Persyaratan Teknik

Perkalian antara nilai simbol yang terdapat pada matriks hubungan (antar persyaratan teknik) dengan bobot absolut pada prioritas kebutuhan konsumen, merupakan perhitungan untuk mendapatkan nilai bobot relatif persyaratan teknik. Fokus perhatian pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS tertuju pada persyaratan teknik yang memiliki bobot absolut dan bobot relatif yang lebih tinggi dibanding yang lainnya, hal ini dilakukan dalam rangka merespon kebutuhan konsumen sehingga konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, dan berakibat pada loyalitas konsumen terhadap Waroeng Spesial Sambal SS. Perhitungan ini dibagi menjadi enam bagian, sesuai jumlah persyaratan teknik, bobot relatif persyaratan teknik dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Bobot Relatif Persyaratan Teknik

Atribut Persyaratan Teknik	Bobot Relatif	Persentase (%)	Prioritas
Staff yang terlatih	182.93	17.96	3
Memiliki Ideologi memasak	226.81	22.27	2
Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	110.01	10.80	6
Makanan disajikan "Made by order"	240.27	23.59	1
Inovasi menu	129.09	12.68	5
Uji kualitas secara berkala	129.31	12.70	4
Total	1018.42		

Sumber: data diolah (2018)

Hasil yang dapat diketahui dari tabel di atas menampilkan nilai bobot relatif, dari



tabel tersebut dapat diketahui urutan prioritas persyaratan teknik dalam desain produk Waroeng Spesial Sambal SS. Prioritas diurutkan dimulai dari bobot relatif terbesar sampai dengan bobot relatif terkecil. Urutan prioritas atribut persyaratan teknik dalam pengembangan desain produk Waroeng Spesial Sambal SS berdasarkan bobot relatif yaitu Makanan disajikan "Made by order"; Memiliki Ideologi memasak; Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan; Inovasi menu; Uji kualitas secara berkala; Waroeng Spesial Sambal SS; SBC; Nilai Sasaran; Faktor Skaa Kenalkan; Point Penjualan; dan Bobot Absolut.

Tahapan penyusunan HOQ yang telah selesai, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan ke dalam metode QFD. Semua tahapan penyusunan HOQ membentuk matriks yang terangkum dalam Gambar 1.

Gambar 1. Matriks HOQ

HOWS		WHATS																							
		Bobot Kepentingan	Staff yang terlatih	Memiliki Ideologi memasak	Kerjasama dengan peternak untuk mendapatkan ikan	Makanan disajikan "Made by order"	Inovasi menu	Uji kualitas secara berkala	Waroeng Spesial Sambal SS	SBC	Nilai Sasaran	Faktor Skaa Kenalkan	Point Penjualan	Bobot Absolut											
Penyajian makanan yang menarik	4.38	⊙	△		⊙	⊙	△	4.24	3.38	5	1.18	1.5	7.75												
Restoran menawarkan berbagai macam menu lauk	4.64			△		⊙		4.49	3.44	3	0.67	1.2	3.72												
Restoran menawarkan pilihan menu sehat	4.58	⊙		△		⊙		4.27	3.48	5	1.17	1.5	8.04												
Restoran menyajikan makanan yang lezat	4.70	⊙	⊙	⊙	⊙		⊙	4.36	3.49	5	1.15	1.5	8.09												
Menu yang disajikan selalu terjaga tetap fresh	4.80	△	⊙	⊙	⊙		⊙	4.38	3.61	5	1.14	1.5	8.22												
Menu disajikan pada keadaan suhu yang sesuai	4.64	△	⊙		⊙		⊙	4.33	3.68	5	1.15	1.5	8.03												
Penilaian Kompetitif Teknik	Waroeng Spesial Sambal SS	4	4	4	5	4	5	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Keterangan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>⊙</td> <td>Hubungan Kuat (9)</td> </tr> <tr> <td>⊙</td> <td>Hubungan Sedang (3)</td> </tr> <tr> <td>△</td> <td>Hubungan Lemah (1)</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>Hubungan Positif</td> </tr> <tr> <td>-</td> <td>Hubungan Negatif</td> </tr> </tbody> </table>						Keterangan		⊙	Hubungan Kuat (9)	⊙	Hubungan Sedang (3)	△	Hubungan Lemah (1)	+	Hubungan Positif	-	Hubungan Negatif
	Keterangan																								
⊙	Hubungan Kuat (9)																								
⊙	Hubungan Sedang (3)																								
△	Hubungan Lemah (1)																								
+	Hubungan Positif																								
-	Hubungan Negatif																								
SBC	4	3	3	3	3	4																			
Derajat Kesulitan		3	3	4	3	4	3																		
Nilai Sasaran		5	5	5	5	5	5																		
Bobot Absolut		104	131	68	138	96	75																		
Bobot Relatif		50	64	52	48	12	00																		
		182	228	110	240	129	129																		
		95	81	01	27	09	31																		

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil penelitian desain produk dengan metode HOQ terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS, diperoleh nilai bobot absolut kebutuhan konsumen dan bobot absolut mengenai persyaratan teknik serta bobot relatif mengenai persyaratan teknik. Bobot tersebut menunjukkan atribut-atribut kebutuhan konsumen dan

persyaratan teknik yang perlu menjadi prioritas bagi SS untuk dilakukan perbaikan agar mampu memenuhi keinginan pelanggan sehingga menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Dari nilai bobot tersebut, diperoleh bahwa peneliti mengambil tiga atribut persyaratan pelanggan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan dalam kinerjanya yaitu menu yang disajikan agar selalu terjaga tetap fresh, restoran menyajikan makanan yang lezat, restoran menawarkan pilihan menu sehat. Sedangkan untuk atribut persyaratan teknik, tiga atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan kinerjanya adalah makanan disajikan *Made by order*”, memiliki Ideologi memasak, staff yang terlatih. Melalui atribut-atribut kebutuhan konsumen dan persyaratan teknik yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan kinerja, tindakan manajerial yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut: (1) Menu yang disajikan agar selalu terjaga tetap fresh, dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan dalam menyajikan makanan dengan *Made by order*”. (2) Pihak manajemen SS melaksanakan peningkatan pengawasan dan pengendalian dalam menjalankan ideologi dalam memasak, agar ideologi (kualitas rasa, kecepatan penyajian, higienitas, efisiensi) ini dapat terlaksana dengan baik. (3) Pelaksanaan riset dan pengembangan produk harus didasarkan pada keinginan dan sesuatu yang menciptakan kepuasan bagi konsumen namun tetap mempertimbangkan kemampuan serta sumber daya yang dimiliki SS.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Bukti empiris menunjukkan *food quality* berpengaruh signifikan secara positif terhadap *customer satisfaction*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Artinya semakin baik *food quality* maka semakin tinggi nilai *customer satisfaction* dan sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%. Berdasarkan nilai *p-value*, *customer satisfaction* berpengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intentions*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Nilai *p-value food quality* menunjukkan pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intentions*. Hal tersebut terlihat dari nilai *p-value* yang berada dibawah 0.05 dan tanda *path coefficient* yang positif. Artinya semakin baik *food quality* maka semakin tinggi tingkat *behavioral intentions* dan sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%.

Uji hipotesis juga menunjukkan *customer satisfaction* memediasi hubungan antara *food quality* dan *behavioral intentions*, dilihat dari hasil perhitungan yang menyatakan nilai koefisien jalur atau *path coefficient* pada *direct effect* antara *food quality* terhadap *behavioral intentions* sebesar 0.723 turun menjadi 0.254 pada *indirect effect* dan *p-value* pada *indirect effect* tetap signifikan, maka *customer satisfaction* memediasi sebagian pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intentions*. Dengan demikian  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima sebagian. Artinya *customer satisfaction* memediasi sebagian pengaruh *food quality* terhadap *behavioral intentions*, bermakna bahwa semakin baik *food quality* yang disajikan oleh Waroeng Spesial Sambal SS maka tingkat *customer satisfaction* semakin tinggi. Lebih lanjut, semakin tinggi tingkat *customer satisfaction* maka tingkat *behavioral intentions* semakin tinggi, dan begitu sebaliknya dengan tingkat kesalahan 5%. Hasil mediasi sebagian ini menunjukkan variabel *customer satisfaction* bukan satu-satunya yang dapat memediasi hubungan *food quality* terhadap *behavioral intentions*, namun terdapat faktor-faktor mediasi lainnya.

Analisis <sup>3</sup> *Quality Function Deployment* (QFD) dapat digunakan untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas layanan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug. Dilihat dari hasil analisis HOQ menghasilkan :

1. Desain produk dengan metode HOQ terhadap produk Waroeng Spesial Sambal SS, diperoleh nilai bobot absolut kebutuhan konsumen dan <sup>2</sup> bobot absolut persyaratan teknik serta bobot relatif persyaratan teknik. Bobot tersebut menunjukkan atribut-atribut kebutuhan konsumen dan persyaratan teknik yang perlu menjadi prioritas bagi Waroeng Spesial Sambal SS untuk dilakukan perbaikan agar mampu memenuhi keinginan pelanggan sehingga menciptakan kepuasan bagi pelanggan.
2. Dari nilai bobot tersebut, diperoleh bahwa peneliti mengambil tiga atribut kebutuhan konsumen yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan dalam kinerjanya yaitu menu yang disajikan agar selalu terjaga tetap fresh, restoran menyajikan makanan yang lezat, restoran menawarkan pilihan menu sehat. Sedangkan untuk atribut persyaratan teknik, tiga atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan kinerjanya adalah makanan disajikan "Made by order", memiliki Ideologi memasak, staff yang terlatih.
3. Melalui atribut-atribut kebutuhan konsumen dan persyaratan teknik yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan kinerja, tindakan manajerial yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut: menu yang disajikan agar selalu terjaga tetap fresh, dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan dalam menyajikan makanan dengan "Made by order"; pihak manajemen Waroeng Spesial Sambal SS melaksanakan peningkatan pengawasan dan pengendalian dalam menjalankan ideologi dalam memasak, agar ideologi (kualitas rasa, kecepatan penyajian, higienitas, efisiensi) ini dapat terlaksana dengan baik; pelaksanaan riset dan pengembangan produk harus didasarkan pada keinginan dan sesuatu yang menciptakan kepuasan bagi konsumen <sup>7</sup> namun tetap mempertimbangkan kemampuan serta sumber daya yang dimiliki Waroeng Spesial Sambal SS.

### Saran

Penelitian yang dilaksanakan di Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug, berdasarkan <sup>30</sup> hasil analisis di atas saran yang diberikan kepada Waroeng Spesial Sambal SS Cabang Jurug, adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengendalian dan evaluasi dari hasil analisis QFD agar bisa dijadikan masukan bagi perusahaan.
2. Perlu dilakukan riset pasar secara berkala mengenai keinginan dan harapan konsumen dengan tetap memformulasikan strategi dengan cara yang sama yaitu penggunaan metode QFD, mengingat perkembangan zaman yang dapat mempengaruhi selera konsumen terhadap produk.
3. Atribut teknis sebaiknya dijelaskan secara lebih spesifik sebagai tindakan dalam memenuhi harapan pelanggan pada atribut fungsional.

# Pengaruh Food Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. Studi Kausal Dan Analisis Qfd Untuk Perbaikan Desain Produk Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Jurug Surakarta (studi Pa

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://jurnal.uns.ac.id">jurnal.uns.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://repository.ipb.ac.id">repository.ipb.ac.id</a> Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.uns.ac.id">eprints.uns.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://anzdoc.com">anzdoc.com</a> Internet Source	1%

---

9	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
10	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
11	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%
12	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%
13	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1%
14	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%
15	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1%
16	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
17	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1%
18	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
19	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1%

---

20	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	<1%
21	repository.unika.ac.id Internet Source	<1%
22	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
23	id.123dok.com Internet Source	<1%
24	journals.sagepub.com Internet Source	<1%
25	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1%
26	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%
27	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1%
28	mafiadoc.com Internet Source	<1%
29	Y. Namkung. "Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions", Journal of Hospitality & Tourism Research, 08/01/2007 Publication	<1%

positori.uin-alauddin.ac.id

30	Internet Source	<1%
31	<a href="http://repository.unair.ac.id">repository.unair.ac.id</a> Internet Source	<1%
32	<a href="http://etds.lib.ncku.edu.tw">etds.lib.ncku.edu.tw</a> Internet Source	<1%
33	<a href="http://starklaw.org">starklaw.org</a> Internet Source	<1%
34	<a href="http://vdocuments.mx">vdocuments.mx</a> Internet Source	<1%
35	<a href="http://admisibisnis.blogspot.com">admisibisnis.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
36	<a href="http://ojs.jurnal-esai.org">ojs.jurnal-esai.org</a> Internet Source	<1%
37	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1%
38	<a href="http://pinterdw.blogspot.com">pinterdw.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
39	<a href="http://eprints.unsri.ac.id">eprints.unsri.ac.id</a> Internet Source	<1%
40	Lai, W.T.. "Behavioral intentions of public transit passengers-The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement", <i>Transport Policy</i> , 201103	<1%

## Publication

---

---

Exclude quotes      Off

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      Off