

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN BARBERSHOP DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Akhmad Ferdy Firmansyah¹, Elly Ismiyah², Moh. Jufriyanto³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatera No.101, Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur

*email: ferdyfirmansyah_170601@umg.umg.ac.id

Abstract

For companies in the service sector, especially REF Barbershop, quality improvement and service processes must be customer oriented. To improve the quality of customer service at REF Barbershop, a service quality analysis method is needed. An effective service quality analysis method is to combine the Service Quality (SERVQUAL) method which is integrated with the Quality Function Deployment (QFD) method using the House Of Quality Model. The application of the SERVQUAL method to identify strengths or advantages in the service industry, while the QFD method guarantees that services will be provided according to customer needs. The QFD method using the House Of Quality Model is a collection of matrices containing customer desires and service quality characteristics which are all generated from questionnaire processing. Service design at REF Barbershop using the Service Quality method found a gap that occurred on the customer side, namely between the level of perception and the level of expectation, namely: Availability of toilets obtained a gap value of -0.880, Having good and modern equipment obtained a gap value of -0.580, Cleanliness and completeness equipment, the gap value is -0.360, Availability of queue numbers is obtained the gap value is -0.180, Employees receive consumer complaints quickly, the gap value is -0.140, friendly and courteous service to customers is obtained, the gap value is -0.080. The use of Quality Function Deployment which makes the level of customer satisfaction as the Voice of the Customer and makes the House of Quality then gets 4 Technical Responses, namely: providing training to improve employee performance and rewarding employees whose performance has increased and giving sanctions to employees who perform poorly, providing queue numbers and toilets to increase comfort, improve and schedule regular equipment quality checks, make picket schedules for facility maintenance and cleanliness. From the results of the technical response it can be useful to build and improve services at REF Barbershop.

Keywords: REF Barbershop, Service Quality, Quality Function Deployment

1. Pendahuluan

Persaingan di dunia modern sangat cepat, pasar bisnis mengharuskan setiap organisasi untuk secara konsisten berusaha untuk bekerja pada sifat administrasinya. Semua organisasi besar yang bergerak di bidang administrasi harus memiliki tujuan untuk terus berkreasi dan berjalan dengan baik untuk mengikuti dan bekerja pada sifat administrasi organisasi, dengan melakukan teknik periklanan yang kuat dengan menggunakan kebebasan yang ada untuk memajukan situasi organisasi dalam pengawasan.. Klien akan merasa terpuaskan jika pihak administrasi memberikan melebihi asumsinya, sehingga kualitas bantuan mempengaruhi loyalitas konsumen. Kualitas adalah keseluruhan ketentuan dan atribut bantuan yang bergantung

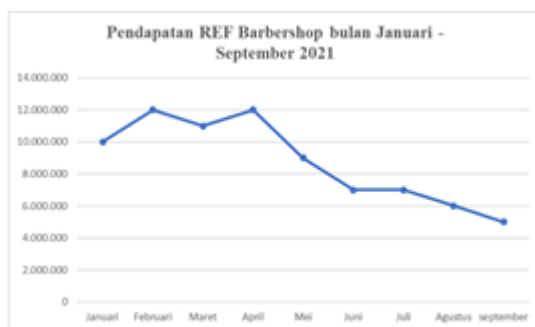
pada kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau disarankan (Kotler, 2012). Cara yang dapat ditempuh dalam menggarap sifat administrasi adalah dengan berusaha mengetahui dan memahami keinginan klien. Dengan masukan dari klien, organisasi dapat bekerja pada sifat administrasi. Menurut Kotler (1997) dalam (Jamily, 2018), kepuasan merupakan sensasi kesenangan atau frustrasi individu yang berasal dari pemeriksaan antara kesan yang didapat pada pameran bantuan dan asumsinya.. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting bagi organisasi, dengan tujuan agar organisasi dapat terus berjalan dan berkembang, khususnya dalam mengembangkan kualitas bantuan lebih lanjut.

Peningkatan kualitas pelayanan saat ini sangat penting dalam mendukung peningkatan laba. Peningkatan kualitas pelayanan Ini adalah sesuatu

yang penting untuk dilakukan untuk mendapatkan hasil yang ideal, agar perusahaan dapat bertahan dan bersaing serta memenuhi kewajibannya sejak dulu.

Kontes antar perusahaan semakin sulit, dikarenakan barbershop sudah menjadi kebutuhan bagi kebanyakan orang di era saat ini. Akan tetapi, dengan adanya penurunan pelanggan memaksa pihak barbershop melakukan upaya lebih lagi dalam menawarkan jasa yang lebih untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi para pelanggan.

REF Barbershop ini adalah salah satu penyedia jasa pangkas rambut yang mengembangkan pelayanan dengan konsep ramah, tempat nyaman, dan harga terjangkau. REF barbershop ini berdiri sejak tahun 2017. Nama REF Babersop di ambil dari nama depan pemilik barbershop yaitu Refanggah.



Gambar 1 Pendapatan REF Barbershop bulan Januari – September Tahun 2021

Sumber: REF Barbershop

Berdasarkan dari keluhan permasalahan diatas, untuk memperbaiki masalah yang dihadapi oleh REF Barbershop perlu dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor penyebab dengan melihat harapan dan realita faktor-faktor tersebut menurut para pelanggan. Ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mengukur pemenuhan suatu layanan. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Service Quality* (ServQual). *Service quality* dicirikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara dunia nyata dan asumsi klien atas bantuan yang mereka dapatkan (Parasuraman, 1988) dalam (Siregar & Suliantoro, n.d.). Metode Servqual dapat digunakan untuk memikirkan pertimbangan dan asumsi klien untuk administrasi yang telah diberikan oleh organisasi spesialis. Metode ini terdapat pengelompokan berbagai jenis atribut barang atau jasa kedalam 5 dimensi kualitas.

Walaupun metode Servqual bisa digunakan sebagai alat untuk mengukur kualitas pelayanan, meskipun demikian, masih ada reaksi hipotetis,

Potensi bisnis barbershop bisa terbilang sangat menjanjikan, karena pangkas rambut dibutuhkan semua orang serta akan datang terus-menerus (periodik). REF Barbershop melayani potong rambut, cuci rambut, pewarnaan rambut, dan perawatan rambut. Penelitian ini dilakukan di tempat REF Barbershop yang berada di jalan raya Desa Metatu, Benjeng, Gresik.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, pihak REF Barbershop perlu mengetahui apa permasalahan yang telah terjadi. Dari permasalahan yang ada, Hal ini dapat mempengaruhi jumlah penurunan hasil pendapatan REF Barbershop tercatat selama bulan Januari sampai september pada tahun 2021 yang bisa dilihat pada Gambar 1. Dari data tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan jumlah pelanggan di tempat REF Barbershop yang di pengaruhi oleh kurangnya minat *customer* untuk potong rambut di REF Babershop. fungsional, teoretis, dan observasional dari model ini. Salah satu reaksinya terhadap batasan prinsip dari model *Servqual* adalah ketidakberdayaannya untuk memberikan peningkatan lebih lanjut ke titik-titik lemah kualitas pelayanan. (Pawitra & Tan, 2001). Keterlibatan persepsi, target, dan ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi harus diingat untuk memutuskan aturan kebutuhan untuk bekerja pada sifat administrasinya. Ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga hasil yang didapat tidak bias dan praktis untuk dieksekusi, sehingga untuk memecahkan permasalahan tersebut peneliti menggunakan metode lainnya yaitu *metode Quality Function Deployment (QFD)* yang bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan lebih lanjut kebutuhan dan kebutuhan klien dengan membuat ujian dengan pesaing yang berbeda (Yulianto, 2018). Dalam tinjauan ini, analisis menggunakan *Service Quality* yang digabungkan dengan strategi *Quality Function Deployment* dengan harapan mendapatkan ide untuk mengembangkan administrasi lebih lanjut seperti yang ditunjukkan oleh keinginan klien dan mengembangkan lebih lanjut kualitas pelayanan REF Barbershop.

2. Landasan Teori

2.1. Definisi Jasa

Menurut (Kotler, 2012), jasa adalah “setiap kegiatan atau perbuatan yang dapat diserahkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak material dan tidak menimbulkan tanggung jawab”.

Definisi lainnya dikemukakan oleh (Alfatimah, 2018) dalam Tjiptono & Fandy (2006) ” jasa dicirikan sebagai segala kegiatan atau perbuatan yang dapat diserahkan oleh satu pihak

kepada pihak lain yang pada dasarnya sukar dipahami dan tidak menimbulkan tanggung jawab. Pembuatan jasa dapat diidentifikasi dengan item yang sebenarnya.

Berdasarkan penjelasan definisi jasa diatas, dalam jasa ada perspektif antara organisasi spesialis dan klien, meskipun pertemuan yang disertakan tidak mengetahui hal ini. Administrasi bukanlah produk yang tidak salah lagi, melainkan manfaat adalah interaksi atau tindakan teoretis.

2.2. Konsep Kesenjangan Kualitas jasa (Service Quality)

Pengukuran kualitas jasa harus disiapkan atau ditangani dengan tepat agar tidak menimbulkan gap (kesenjangan) antara organisasi dan klien, karena perbedaan pemahaman mereka tentang jenis administrasi. Lima gap (kesenjangan) menurut Parasuraman, et.al (1990) dalam (Margono & Yuniarko, 2019) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa, yaitu:

1. Kesenjangan Presepsi Manajemen (Gap 1)
Ada perbedaan dalam penilaian bantuan seperti yang ditunjukkan oleh klien administrasi dan kesan eksekutif dari asumsi klien administrasi. Lubang itu terjadi karena tidak adanya promosi arah penelitian, penggunaan temuan pemeriksaan yang tidak memadai, tidak adanya hubungan antara dewan dan klien, dan sejumlah besar tingkat eksekutif, serta kurangnya korespondensi dasar.
2. Kesenjangan Spesifikasi Kualitas (Gap 2)
Kesenjangan antara kesan eksekutif asumsi klien administrasi dan rincian kualitas jasa. Kesenjangan (gap) terjadi karena kewajiban administrasi yang tidak memadai untuk mendukung kualitas, kurangnya normalisasi tugas, pandangan ketercapaian dan kekurangan penetapan tujuan.
3. Kesenjangan Penyampaian Jasa (Gap 3)
Kesenjangan antara penentuan kualitas administrasi dan administrasi pengangkutan. Lubang ini disebabkan oleh beberapa variabel, khususnya ketidakpastian pekerjaan, kewajiban perwakilan dengan tugas yang harus mereka lakukan, bentrokan pekerjaan, kerangka kontrol dari bos, kesesuaian inovasi yang digunakan oleh pekerja, kontrol yang diakui, dan kolaborasi.
4. Kesenjangan Komunikasi Pemasaran (Gap 4)

Kesenjangan antara alat angkut jasa dan korespondensi luar. Asumsi klien tentang kualitas bantuan dipengaruhi oleh artikulasi yang dibuat oleh organisasi melalui korespondensi iklan. Lubang terjadi karena kurangnya korespondensi datar, kecenderungan untuk memberikan jaminan yang berlebihan, korespondensi untuk situasi ini telah memutarbalikkan asumsi klien.

5. Kesenjangan Dalam Pelayanan Yang Dirasakan (Gap 5)

Kontras dalam penegasan dan administrasi yang diharapkan oleh klien. Jika keduanya berakhir menjadi sesuatu yang serupa, organisasi akan memperoleh gambaran dan efek positif. Namun, jika yang didapat lebih rendah dari yang diharapkan, lubang ini akan menimbulkan beberapa masalah bagi organisasi.

Konsep *Servqual* digunakan untuk mencari celah antara kesan klien tentang bantuan yang dikurangi oleh nilai asumsi atau asumsi klien.

2.3. Konsep Quality Function Deployment

Pengertian *Quality Function Deployment* (QFD) Pada umumnya, ini adalah strategi yang digunakan untuk tidak mempertimbangkan kebutuhan dan kebutuhan pelanggan dalam menetapkan prinsip-prinsip layanan. Menurut (Cohen, 1995), *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai strategi atau instrumen untuk pengaturan dan pengembangan item terorganisir yang memungkinkan kelompok untuk secara jelas mencirikan kebutuhan dan kebutuhan klien, dan kemudian menilai setiap item yang diusulkan atau kemampuan administrasi secara efisien sejauh berpengaruh pada pemenuhan persyaratan tersebut. Proses *Quality Function Deployment* (QFD) melibatkan tabel kualitas (matriks) yang disebut dengan HOQ (*House Of Quality*).

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode yang terlibat dengan memutuskan permintaan atau keinginan klien dan membuat interpretasi keinginan klien menjadi ascribes yang dapat dirasakan dan dilaksanakan oleh kantor praktis, menurut (Heizer dan Render, 2009) dalam (Hutami & Amalina, 2016).

Menurut Wahyu (2003) dalam (Yulianto, 2018), *Quality Function Deployment* (QFD) terbiasa mengerjakan suatu barang atau administrasi secara terkoordinasi, menumbuhkan apa yang menjadi kebutuhan dan asumsi bagi klien tentang barang atau jasa tersebut

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Quality Function Deployment (QFD)* adalah metode atau alat perancangan proses dalam menghasilkan suatu produk yang dapat menerjemahkan apa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen dan juga sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen menjadi apa yang dihasilkan perusahaan.

3. Metode Penelitian

3.1. Metode Servqual

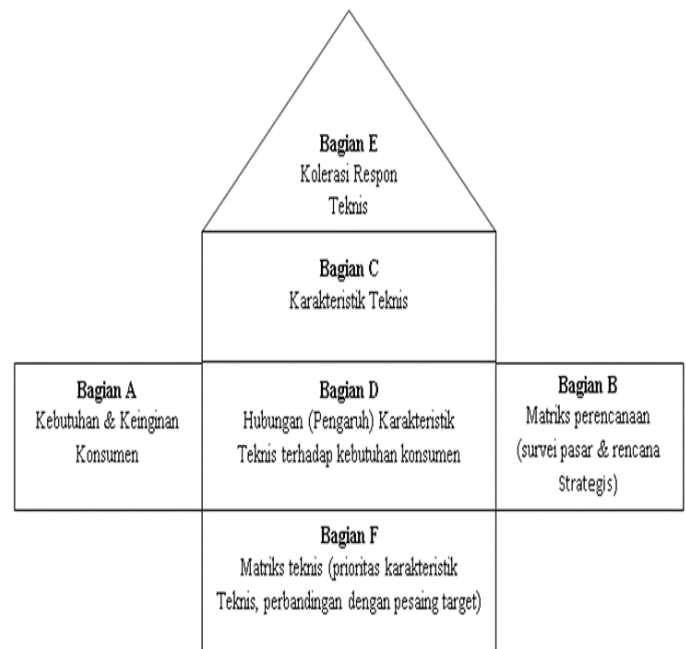
Menurut (Alfatiyah, 2018) Teknik estimasi kualitas bantuan yang sering digunakan adalah strategi *SERVQUAL*, yaitu untuk mengevaluasi sifat bantuan dari organisasi spesialis yang bergantung pada lima elemen kualitas administrasi yang sering disebut sebagai *Q-RATER*. *QRATER* tersebut yaitu:

1. Reliability (Keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara handal dan akurat.
2. Assurance (Jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan serta kemampuan mereka untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
3. Tangibles (Bukti Fisik) meliputi penampilan fisik, peralatan, pekerja atau alat komunikasi.
4. Emphaty (Empati) yaitu kepedulian, perhatian individu yang disediakan oleh perusahaan kepada pelanggan.
5. Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat.

Metode *SERVQUAL* dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan yang ada dalam suatu organisasi dan unsur-unsur apa yang menyebabkan terjadinya lubang tersebut, sehingga dapat ditemukan jawabannya. Kekurangan dari teknik ini adalah hanya siap untuk melakukan peningkatan pada area bantuan, sehingga sulit untuk diterapkan untuk menyelidiki yang mengharuskan instrumen untuk lebih mengembangkan eksekusi item.

3.2. Model House Of Quality (HOQ)

Menurut (Wijaya, 2018) *house of quality* adalah jaringan sebagai rumah dan selanjutnya instrumen yang digunakan untuk memanfaatkan konstruksi QFD. *House of quality* sangat penting untuk pengiriman kapasitas kualitas yang memanfaatkan pengaturan pengukuran untuk menghubungkan kebutuhan klien dan bagaimana organisasi memenuhi kebutuhan tersebut. Bentuk dan keterangan dari setiap bagian matrik *house of quality*.



Gambar 2 Model House of Quality

Sumber : Wijaya (2018)

Keterangan Wijaya (2018):

Bagian A terdiri dari berbagai kebutuhan dan kebutuhan pelanggan yang didapat dari survei statistik.

Bagian B terdiri dari 3 jenis informasi:

- a. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen.
- b. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa.
- c. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing.

Bagian C berisi prasyarat khusus untuk item atau administrasi baru yang akan dibuat. Informasi ini disimpulkan tergantung pada data yang diperoleh sehubungan dengan persyaratan dan keinginan pembeli (matrik A).

Bagian D terdiri dari penelitian eksekutif tentang kekuatan hubungan antara komponen yang terkandung dalam area prasyarat khusus (matrik C) terhadap kebutuhan konsumen (matrik A) yang dipengaruhi. Kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu.

Bagian E menunjukkan hubungan antara satu prasyarat khusus dan kebutuhan yang berbeda yang terkandung dalam jaringan C. Hubungan antara dua prasyarat khusus ditunjukkan dengan menggunakan gambar tertentu.

Bagian F terdiri dari 3 jenis informasi:

- a. Permintaan signifikansi posisi prasyarat khusus.
- b. Data untuk memikirkan presentasi khusus produk atau layanan yang dibuat oleh

organisasi terhadap pameran produk atau layanan pesaing.

- c. Eksekusi berfokus untuk prasyarat khusus dari item atau administrasi yang baru saja dikembangkan.

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1. Merancang Kuesioner dengan Metode *Servqual*

Pada tahap ini data yang dikumpulkan merupakan data-data yang berupa informasi mengenai atribut-atribut pelayanan di REF Barbershop. Data-data tersebut diperlukan untuk pembuatan kuesioner agar dapat mengetahui tingkat pelayanan pada REF Barbershop. Dari hasil pengolahan data kuesioner terhadap pelayanan REF Barbershop, diperoleh gambaran adanya gap yang terjadi pada pihak pelanggan yaitu antara tingkat persepsi dan tingkat harapan. Gap ini menunjukkan tingkat pelayanan yang telah diberikan REF Barbershop terdapat beberapa atribut yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk memutuskan gap ini, nilai normal dari tingkat persepsi dan harapan untuk setiap properti kebutuhan digunakan. Seperti pada gambar 3 berikut.

No.	Atribut Pelayanan	Mean Tingkat Persepsi	Mean Tingkat Harapan	Gap
1.	Tg 1	4,480	4,000	0,480
2.	Tg 2	3,540	3,900	-0,360
3.	Tg 3	4,480	3,940	0,540
4.	Tg 4	3,320	4,200	-0,880
5.	Tg 5	4,260	4,100	0,160
6.	Tg 6	4,020	4,200	-0,180
7.	Rel 1	4,440	4,200	0,240
8.	Rel 2	4,380	4,300	0,080
9.	Rel 3	3,460	4,040	-0,580
10.	Res 1	4,240	4,380	-0,140
11.	Res 2	4,320	4,280	0,040
12.	Ass 1	4,500	3,700	0,800
13.	Ass 2	4,340	4,260	0,080
14.	Ass 3	4,280	4,360	-0,080
15.	Emp 1	4,340	4,180	0,160
16.	Emp 2	4,320	3,860	0,460
17.	Emp 3	4,300	3,960	0,340

Gambar 3 Hasil Perhitungan Nilai Gap Per Atribut

4.2. *Quality Function Deployment*

Dari hasil data kuisisioner yang telah disebar kepada para pelanggan REF Barbershop dan telah dilakukan perhitungan dengan metode *Service Quality* kemudian ditangani dengan *Quality Function Deployment* dan diperoleh 6 faktor yang digunakan sebagai

Voice of Costumer, seperti dalam gambar 4 Berikut:

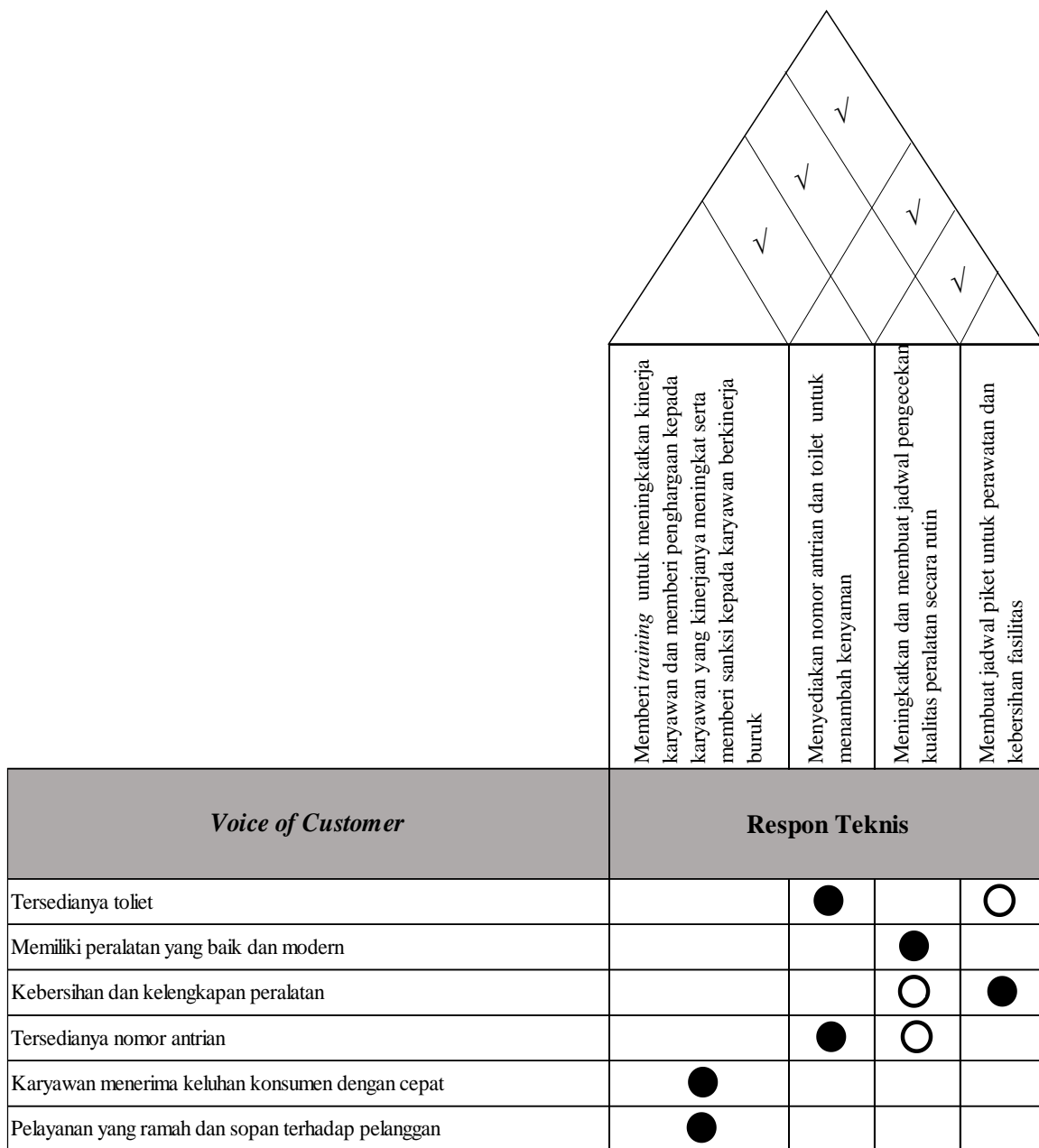
No.	<i>Voice of Customer (Whats)</i>
1.	Tersedianya toilet
2.	Memiliki peralatan yang baik dan modern
3.	Kebersihan dan kelengkapan peralatan
4.	Tersedianya nomor antrian
5.	Karyawan menerima keluhan konsumen dengan cepat
6.	Pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pelanggan

Gambar 4 *Voice of Customer*

4.2.1. *House of Quality*

Penelitian ini menggunakan *House of Quality* untuk perancangan pelayanan jasa di REF Barbershop dimana tujuannya adalah untuk membedakan setiap kebutuhan perencanaan pembangunan yang akan diselesaikan sehingga benar-benar dapat diperoleh oleh kebutuhan klien. lebih jelasnya tentang *House of Quality* dapat dilihat di dalam gambar 5.

Pada *House of Quality* didapatkan relasi matrik yang menunjukkan koneksi antar properti koneksi yang terdapat di dalamnya. Ada juga insentif untuk kehebatan tingkat keterkaitan hubungan ini umumnya ditemukan sebagai beberapa simbol visual, diantaranya: simbol berupa bulatan penuh (●) yang diartikan hubungan sangat kuat, simbol berupa bulatan tidak penuh (◐) yang diartikan sedang, simbol berupa bangun segitiga (Δ) yang diartikan hubungan lemah dan yang terakhir adalah symbol kosong () yang diartikan bahwa atribut tidak terdapat hubungan.



Gambar 5 House of Quality

4.2.2. Respon Teknis

Maka dari konsekuensi review ada 4 respon teknis yang dibuat untuk membalas dari hasil penelitian terdapat 4 respon teknis yang telah dibuat untuk menjawab *customer requirement*, sebagai berikut:

1. Memberi training untuk meningkatkan kinerja karyawan dan memberi pengharhaan kepada karyawan yang kinerjanya meningkat serta memberi sanksi kepada karyawan yang berkinerja buruk.
2. Menyediakan nomor antrian dan toliet untuk menambah kenyamanan
3. Meningkatkan dan membuat jadwal pengecekan untuk kualitas peralatan secara rutin.
4. Membuat jadwal piket untuk perawatan dan kebersihan fasilitas.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dari penelitian yang dilakukan didapatkan beberapa kesimpulan yang diantaranya adalah:

1. Dari hasil pengolahan data kuesioner terhadap pelayanan REF Barbershop, diperoleh gambaran adanya kesenjangan (gap) yang terjadi pada pihak pelanggan yaitu antara tingkat persepsi dan tingkat harapan. Maka dari gap ini menunjukkan tingkat pelayanan yang telah diberikan REF Barbershop, terdapat beberapa atribut yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Berikut adalah atribut-atribut dengan nilai gap negatif yang perlu diperbaiki sebagai berikut:
 - a. Tersedianya toliet.
 - b. Memiliki peralatan yang baik dan modern.
 - c. Kebersihan dan kelengkapan peralatan .
 - d. Tersedianya nomor antrian .
 - e. Karyawan menerima keluhan konsumen dengan cepat.
 - f. Pelayanan yang ramah dan sopan terhadap pelanggan.
2. Rencana peningkatan kualitas pelayanan yang harus dilakukan oleh REF Barbershop tergantung pada kebutuhannya sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yaitu sebagai berikut:

- a. Memberi training untuk meningkatkan kinerja karyawan dan memberi pengharhaan kepada karyawan yang kinerjanya meningkat serta memberi sanksi kepada karyawan yang berkinerja buruk.
- b. Menyediakan nomor antrian dan toliet untuk menambah kenyamanan
- c. Meningkatkan dan membuat jadwal pengecekan untuk kualitas peralatan secara rutin.
- d. Membuat jadwal piket untuk perawatan dan kebersihan fasilitas.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh beberapa saran yang dapat dikemukakan, yaitu:

1. Disarankan agar REF Barbershop dengan tujuan akhir untuk lebih mengembangkan kualitas pelayanan lebih fokus pada kredit bantuan yang memiliki permintaan paling penting perlu ditingkatkan, sehingga asumsi klien untuk bantuan ini dapat dipenuhi dengan cepat dan kekecewaan klien dapat diatasi. terbatas.
2. Disarankan agar penilaian kualitas pelayanan dilakukan secara intermiten dan persisten, sehingga penyesuaian pertimbangan dan asumsi klien secara umum dapat dilihat sesekali pada sifat administrasi yang ada sehingga loyalitas konsumen dapat dipertahankan.

DAFTAR REFERENSI

- Alfatiyah, R. (2018). Analisis Kualitas Jasa Periklanan Dengan Kombinasi Metode Servqual Dan Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*.
- Hutami, R. R. F., & Amalina, N. P. (2016). *The Analysis of Service Quality Using Quality Function Deployment Method in Pt . Hyundai Mobil Indonesia Auto Repair ,.*
- Jamily. (2018). *BAB 1 Jumlah Permintaan Laundry Thoyyiba Bulan Juli Sampai dengan Desember Tahun 2017.*
- Kotler, & K. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty, Yogyakarta.*

- Margono & Yuniarko. (2019). Penggunaan Metode Servqual Untuk Analisis Pelayanan Jasa Bengkel Studi Kasus Bengkel Kencana Motor Depok. *Journal of Chemical Information and Modeling*,.
- Pawitra, T. A., & Tan, K. C. (2001). Integrating Servqual and Kano's model into QFD for service excellence development. *Managing Service Quality: An International Journal*,.
- Siregar, S. D., & Suliantoro, H. (n.d.). Kualitas Layanan Wifi Id Dengan Metode Service Quality (Studi Kasus PT Telkom Indonesia Regional 1 Sumatera). *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*.
- Yulianto, E. E. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual dan QFD Pada Restoran Carnis Surabaya. Indonesia Natural Research Pharmaceutical. *Angewandte Chemie International Edition*,.