Jurnal Penelitian Nusantara
Volume 2 ; Nomor 11 ; November 2026 ; Page 69-80
Doi : https://doi.org/10.59435/menulis.v2i11.1604
Website : https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis
E-ISSN : 3088-988X

Evaluasi Kenyamanan Pelanggan Dengan Metode Quality Function Deployment Pada Geprek Segapoy

Rafeyfa Qanita Asyla[1], Zakiyya Sekar Fadhila[2], Rafli Ahmad[3], Demarwan Ardian[4], Daris Akbar Elsandi[5]
[1,2,3,4,5] Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Sumatera
[1] rafeyfa.124190131@student.itera.ac.id, [2] zakiyya.124190132@student.itera.ac.id , [3] rafli.124190051@student.itera.ac.id,
[4] demarwan.124190038@student.itera.ac.id, [5] daris.124190124@student.itera.ac.id

Abstrak: Kenyamanan pelanggan saat melakukan aktivitas makan di tempat (*dine-in*) di Geprek Segapoy masih perlu ditingkatkan, terutama terkait fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, serta luas dan tata letak area makan. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi tingkat kenyamanan pelanggan dan menentukan prioritas perbaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Metode yang digunakan yaitu *mixed methods* dengan desain sekuensial eksploratori melalui pendekatan ergonomi dan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terbuka terhadap 30 responden dan kuesioner tertutup berskala Likert terhadap 101 responden. Hasil penelitian menunjukkan tujuh atribut kebutuhan pelanggan dengan rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,26 dan kepuasan sebesar 3,85, sehingga diperoleh kesenjangan (*gap*) negatif sebesar −0,41. Melalui matriks *House of Quality* (HoQ), diperoleh delapan karakteristik teknis dengan prioritas tertinggi pada pengaturan jarak antarmeja (18,10%), kapasitas ventilasi (16,25%), dan kepadatan kursi (15,97%). Rekomendasi pada penelitian ini berupa perbaikan bertahap yang mencakup penataan jarak antarmeja dan kepadatan kursi, peningkatan kapasitas ventilasi, penguatan pengendalian kebersihan, serta penyesuaian dimensi meja dan kursi berdasarkan antropometri pengguna. Usulan tersebut diharapkan menjadi bahan pertimbangan pengelola dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Kata Kunci: Ergonomi, Geprek Segapoy, *House of Quality* , Kenyamanan pelanggan, *Quality Function Deployment*

PENDAHULUAN

Persaingan usaha kuliner tidak hanya menuntut pelaku usaha menjaga kualitas makanan dan pelayanan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan pelanggan selama menikmati hidangan. Kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan lingkungan fisik ditemukan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Lingkungan fisik dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan serta emosi pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan turut dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan fasilitas yang mendukung aktivitas makan (Abduh & Syarif, 2022).

Pemenuhan kebutuhan pelanggan perlu didasarkan pada pengalaman pengguna, terutama terkait kesesuaian fasilitas dan kondisi lingkungan. Ketidaksesuaian ditemukan pada dimensi fasilitas terhadap antropometri pengguna serta pengaturan ruang yang belum efisien. Melalui penelitian terhadap 503 responden, mengidentifikasi 37 atribut lingkungan restoran kelas premium, 39 atribut kelas deluxe, dan 27 atribut kelas standar. (Salim & Darmayanti, 2024) juga menemukan ketidaksesuaian dimensi fasilitas, khususnya lebar kursi makan dan tinggi kursi bench, sehingga kesesuaian fasilitas dan tata ruang perlu diperhatikan untuk menunjang kenyamanan pelanggan.

Permasalahan kenyamanan tersebut relevan untuk dikaji pada Geprek Segapoy, khususnya pada aktivitas makan di tempat (*dine-in*). Aspek yang perlu diperhatikan meliputi kesesuaian fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, serta kecukupan ruang dan tata letak area makan. (Iswaridewi et al., 2024), menekankan pentingnya karakteristik tata letak, sirkulasi, dan aksesibilitas dalam mendukung kenyamanan serta kepuasan pengguna. Evaluasi terhadap aspek-aspek tersebut diperlukan agar perbaikan fasilitas dan lingkungan makan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Quality Function Deployment (QFD) merupakan metode untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan atau *Voice of Customer* (VOC) ke dalam karakteristik teknis melalui matriks *House of Quality* (HOQ). (Amalia et al., 2024) menerapkan QFD pada Skenario Kopi Cafe dengan melibatkan 100 responden dan mengidentifikasi 15 kebutuhan pelanggan serta lima alternatif respons teknis, dengan pelatihan komunikasi karyawan sebagai prioritas perbaikan utama. (Lisdiana et al., 2024), melalui penelitian terhadap 22 responden, mengidentifikasi enam atribut kebutuhan pelanggan dengan kebersihan toko memperoleh bobot tertinggi sebesar 6,075 dan kelengkapan sarana serta prasarana memiliki rasio perbaikan tertinggi sebesar 10. Sementara itu, (Yudha & Lufti, 2024), menemukan nilai kesenjangan (gap) negatif pada seluruh 30 indikator pelayanan yang diteliti terhadap 100 responden, terutama pada aspek tangibles, dengan ketersediaan fasilitas penunjang sebagai atribut perbaikan dan monitoring serta evaluasi berkala sebagai respons teknis prioritas.

Dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi kualitas serta loyalitas konsumen. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas lingkungan fisik dan peningkatan kualitas layanan, pembahasan mengenai kenyamanan pelanggan pada usaha kuliner masih perlu dikaji secara lebih menyeluruh, khususnya terkait fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, serta luas dan tata letak area makan. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kenyamanan pelanggan di Geprek Segapoy melalui pendekatan ergonomi dan metode QFD, dengan mencakup kenyamanan fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, luas serta tata letak area makan, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil penelitian

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menentukan prioritas perbaikan, serta menjadi bahan pertimbangan bagi Geprek Segapoy dalam meningkatkan kenyamanan pelanggan secara lebih terarah.

METODE

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan, harapan, serta keluhan pelanggan melalui kuesioner terbuka. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert (Situmorang et al., 2025), kemudian dianalisis menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pelanggan Geprek Segapoy melalui penyebaran kuesioner dan observasi lapangan. Kuesioner terdiri atas kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka diberikan kepada 30 responden untuk mengidentifikasi kebutuhan, harapan, serta persepsi pelanggan terhadap kenyamanan fasilitas dine-in Geprek Segapoy. Hasil kuesioner tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun atribut kebutuhan pelanggan (*Voice of Customer*). Lokasi penelitian berada di Geprek Segapoy, Jl. Airan Raya, Way Hui, Kec. Jati Agung, Kab. Lampung Selatan, pada 25 September 2025. Objek penelitian adalah pelanggan yang pernah menikmati hidangan di tempat. Selanjutnya, kuesioner tertutup disebarkan kepada 101 responden untuk memperoleh penilaian terhadap tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan berdasarkan atribut kebutuhan yang telah dirumuskan

Instrumen Penelitian dan Pengumpulan Data

Metode *Quality Function Deployment* (QFD) pada penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menghubungkannya dengan aspek teknis yang dapat ditingkatkan oleh Geprek Segapoy. Pelaksanaan penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan pengumpulan dan pengolahan data yang disusun secara berurutan sebagai berikut (Rahmawati et al., 2024).

1. Identifikasi Kebutuhan Pelanggan (*Voice of Customer*)

Tahap identifikasi kebutuhan pelanggan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman, harapan, kritik, dan saran pelanggan terhadap kenyamanan fasilitas *dine-in* Geprek Segapoy. Pengumpulan informasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Forms.* Tahap ini terdiri atas dua jenis kuesioner, yaitu:

a) Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka digunakan untuk memperoleh tanggapan pelanggan secara langsung mengenai kondisi dan kenyamanan fasilitas *dine-in* Geprek Segapoy. Pertanyaan yang diberikan bersifat terbuka sehingga responden dapat menyampaikan pendapat, keluhan, maupun saran sesuai pengalaman masing-masing (Pertiwi & Lusiantoro, 2023).

b) Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup disusun berdasarkan atribut kebutuhan pelanggan yang telah diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner terbuka (Bumi & Daryanto, 2023). Kuesioner ini disebarkan kepada 101 responden untuk memperoleh penilaian pelanggan terhadap kenyamanan fasilitas *dine-in* Geprek Segapoy. Instrumen tersebut terdiri atas 15 pernyataan, yang mencakup 12 atribut kebutuhan pelanggan dan 3 pernyataan tambahan mengenai kepuasan pelanggan secara umum. Penilaian menggunakan skala *Likert* lima poin untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kondisi fasilitas dan pelayanan yang diteliti. Hasil pengumpulan data selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam pengolahan atribut kebutuhan pelanggan dan penyusunan matriks *House of Quality* (HoQ).

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur aspek yang diteliti (M. Sobiri & Nashrullah, 2026). Pengujian dapat menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (1)$$

Dengan n sebagai jumlah responden. Butir dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel dan nilai $p < 0{,}05$. Pada N = 101 (derajat bebas = 99) dan taraf signifikansi 5% (dua sisi), nilai r tabel sebesar 0,1956.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam menghasilkan data pengukuran. Pengujian dapat dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan rumus:

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_i^2}\right) \quad (2)$$

Dengan k sebagai jumlah butir, σ_i^2 sebagai varians butir ke-i, dan σ_t^2 sebagai varians skor total, yang dihitung terpisah untuk dimensi kepentingan dan dimensi kepuasan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai $\alpha \geq 0{,}70$.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal (Wara et al., 2025). Pengujian menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (dengan koreksi Lilliefors) karena jumlah sampel lebih dari 50, dengan kriteria data berdistribusi normal apabila nilai $p > 0{,}05$. Hasil uji ini digunakan untuk menentukan ukuran pemusatan yang sesuai dalam menyajikan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

3. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan dilakukan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap atribut kenyamanan fasilitas *dine-in* Geprek Segapoy. Tingkat kepentingan menggambarkan seberapa penting suatu atribut menurut pelanggan, sedangkan tingkat kepuasan menunjukkan penilaian pelanggan terhadap kondisi yang dirasakan (Palinggi et al., 2023). Perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan dapat menggunakan rumus berikut:

a) Rata-rata tingkat kepentingan

$$I = \frac{\sum X_i}{n} \quad (3)$$

b) Rata-rata tingkat kepuasan

$$s = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (4)$$

4. Analisis Kesenjangan (*Gap Analysis*)

Analisis kesenjangan digunakan untuk mengetahui perbedaan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu atribut (KURNIA, 2023). Perhitungan nilai kesenjangan dilakukan menggunakan rumus:

$$Gap = 1 - s \quad (5)$$

5. *House of Quality* (HoQ)

House of Quality (HoQ) merupakan matriks utama dalam metode QFD yang digunakan untuk menghubungkan kebutuhan pelanggan (WHATs) dengan karakteristik teknis (HOWs) sebagai bentuk tindak lanjut terhadap kebutuhan tersebut (Kusumastuti et al., 2024). Dalam penelitian ini, atribut kenyamanan pelanggan yang diperoleh dari hasil identifikasi VOC ditempatkan sebagai WHATs, sedangkan karakteristik teknis dirumuskan berdasarkan aspek fasilitas dan kondisi operasional yang dapat ditingkatkan oleh pengelola Geprek Segapoy. Hubungan antara kebutuhan pelanggan dan respons teknis dinilai berdasarkan tingkat keterkaitannya, yaitu hubungan kuat dengan bobot 9, hubungan sedang dengan bobot 3, dan hubungan lemah dengan bobot 1. Nilai prioritas teknis dapat dihitung menggunakan rumus:

$$TK_j = \sum_{i=1}^{m} (W_i \times R_{ij}) \quad (6)$$

Alur Pengolahan Data dengan Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

QFD diterapkan sebagai kerangka kerja untuk menerjemahkan suara pelanggan menjadi spesifikasi teknis perbaikan yang dapat dikendalikan pengelola usaha (Amalia et al., 2024; Lisdiana et al., 2024). Alur pengolahan data dimulai dengan menetapkan atribut kebutuhan (*WHATs*) dari hasil pengelompokan kuesioner terbuka dan menempatkannya pada baris HoQ. Tingkat kepentingan, kepuasan, dan gap setiap atribut kemudian dihitung dari rata-rata skor Likert, dengan gap = kepuasan - kepentingan sehingga nilai negatif menunjukkan kinerja yang belum memenuhi harapan pelanggan, lalu diinterpretasikan ke dalam lima kelas berinterval (5 - 1)/5 = 0,80, mulai dari sangat rendah (1,00-1,80) hingga sangat tinggi (4,21-5,00). Bobot relatif atribut dihitung dari tingkat kepentingan dengan rumus (I_i / ΣI) × 100%. Selanjutnya dirumuskan karakteristik teknis (*HOWs*), yaitu parameter yang dapat diubah pengelola melalui penataan fasilitas, ruang, dan kebersihan, berdasarkan atribut kebutuhan, hasil observasi lokasi, dan kajian literatur ergonomi fasilitas makan, lalu ditempatkan pada kolom HoQ beserta arah perbaikannya (dimaksimalkan atau diminimalkan). Atribut kebutuhan dan karakteristik teknis dipetakan dalam matriks hubungan dengan bobot konvensional 9 untuk hubungan kuat, 3 untuk hubungan sedang, dan 1 untuk hubungan lemah, sedangkan atap HoQ (*technical correlation*) disusun untuk mengidentifikasi hubungan positif dan negatif (*trade-off*) antarkarakteristik teknis. *Technical importance* dihitung dengan rumus $TI_j = \Sigma_i (W_i \times R_{ij})$, dengan W_i sebagai bobot relatif atribut ke-i dan R_{ij} sebagai nilai hubungan antara atribut ke-i dan karakteristik teknis ke-j, kemudian dinormalisasi menjadi bobot relatif teknis sebesar (TI_j / ΣTI) × 100%. Urutan prioritas ditentukan berdasarkan bobot relatif teknis tertinggi dan menjadi dasar penyusunan usulan perbaikan secara bertahap.

Luaran Penelitian

Luaran penelitian ini berupa (1) atribut kebutuhan pelanggan Geprek Segapoy beserta tingkat kepentingan, kepuasan, dan gap-nya; (2) diagram HoQ yang memetakan hubungan antara kebutuhan pelanggan dan karakteristik teknis; (3) peringkat prioritas karakteristik teknis berdasarkan bobot relatif; serta (4) usulan perbaikan bertahap pada fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, serta luas dan tata letak area makan. Usulan bersifat konseptual dan diharapkan menjadi bahan pertimbangan pemilik usaha dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka disebarkan kepada 30 responden untuk menggali persepsi, pengalaman, kendala, serta saran pelanggan terhadap kenyamanan dan kepuasan saat melakukan dine-in di Geprek Segapoy, yang berlokasi di Jalan Airan Raya, Way Hui, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi membeli disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden Kuesioner Terbuka

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Perempuan	16	53.3%

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	14	46,7%
Usia		
< 17 tahun	1	3,3%
17–20 tahun	17	56,7%
20–24 tahun	11	36,7%
> 24 tahun	1	3,3%
Pekerjaan		
Mahasiswa	25	83,8%
Pelajar	2	6,7%
Karyawan	2	6,7%
Kesehatan	1	3,3%
Rata-rata responden	**30**	**100,0**

Berdasarkan pengelompokan jawaban kuesioner terbuka, kebutuhan pelanggan dirumuskan menjadi atribut yang dapat dinilai lebih terstruktur melalui kuesioner tertutup. Atribut tersebut mencakup kenyamanan area makan, ergonomi meja dan kursi, kebersihan, sirkulasi udara, fasilitas pendukung, serta pengaturan ruang dan kapasitas. Aspek menu dan harga juga muncul sebagai kekuatan yang perlu dipertahankan. Pemetaan temuan kualitatif dan implikasi kebutuhan disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi Atribut Kebutuhan Konsumen

No.	Temuan/*voice of customer*	Atribut kebutuhan konsumen	Arah pengembangan
1	Area makan terasa sempit ketika ramai, jarak meja perlu diperhatikan.	Kenyamanan dan keleluasaan area makan.	Evaluasi kapasitas ruang serta jarak meja dan kursi.
2	Kursi terkadang kurang nyaman untuk duduk lama, sandaran dan tinggi meja-kursi perlu diperhatikan.	Ergonomi meja dan kursi.	Memilih kursi yang stabil dan nyaman serta menyesuaikan tinggi meja-kursi.
3	Meja atau lantai perlu dibersihkan lebih rutin, terutama setelah digunakan.	Kebersihan area makan dan fasilitas.	Membuat rutinitas pembersihan meja, kursi, dan lantai.
4	Ruangan terkadang panas atau pengap, responden mengusulkan kipas tambahan.	Suhu dan sirkulasi udara.	Menambah atau menata kipas dan menjaga sirkulasi udara.
5	Responden menyebut tempat sampah, tisu, cuci tangan, dan area tunggu.	Ketersediaan fasilitas pendukung.	Menempatkan fasilitas yang dibutuhkan di lokasi yang mudah dijangkau.
6	Pelanggan terkadang menunggu pesanan atau sulit mendapat meja ketika ramai.	Kelancaran pelayanan dan kapasitas.	Mengevaluasi alur penyajian dan pengaturan kapasitas pada jam sibuk.
7	Variasi menu dan harga dinilai cukup baik oleh banyak responden.	Kualitas menu dan keterjangkauan harga (aspek yang dipertahankan).	Mempertahankan rasa, variasi, dan harga yang dinilai sesuai.

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan pelanggan terutama berkaitan dengan pengalaman *dine-in*, termasuk keleluasaan ruang, kenyamanan duduk, kebersihan, dan kondisi udara. Atribut ini dapat menjadi dasar dalam menentukan fokus perbaikan produk layanan Geprek Segapoy. Kuesioner tertutup yang tersedia kemudian digunakan untuk melihat tingkat kepentingan kebutuhan dan penilaian pelanggan terhadap kepuasan serta kenyamanan secara umum. Rekapitulasi kendala yang disebutkan secara langsung pada pertanyaan mengenai pengalaman selama makan di tempat disajikan pada tabel di bawah ini. Pengelompokan dilakukan secara tematik dari jawaban tertulis; satu jawaban dapat masuk ke lebih dari satu kategori apabila memuat beberapa keluhan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Terbuka

Kategori temuan	Ringkasan jawaban responden	Frekuensi	Implikasi awal
Keterbatasan area makan dan tempat duduk	Area terasa sempit atau penuh, sulit memperoleh meja kosong, terutama ketika ramai.	11 responden (36,7%)	Evaluasi kapasitas, jarak antarmeja, dan pengaturan meja-kursi.
Suhu ruangan dan sirkulasi udara	Ruangan terasa panas atau kurang nyaman ketika pelanggan ramai.	6 responden (20,0%)	Menambah/menata kipas dan memperbaiki sirkulasi udara.
Waktu tunggu dan penyajian pesanan	Pelanggan terkadang menunggu lebih lama atau pesanan datang tidak bersamaan.	8 responden (26,7%)	Mengevaluasi alur pelayanan dan proses penyajian.
Kebersihan meja atau lantai	Ada pengalaman meja belum dibersihkan atau lantai kurang bersih.	2 responden (6,7%)	Menetapkan pembersihan rutin, khususnya saat jam ramai.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Kategori temuan	Ringkasan jawaban responden	Frekuensi	Implikasi awal
Fasilitas pendukung	Kesulitan menemukan fasilitas pendukung ketika dibutuhkan.	1 responden (3,3%)	Memastikan fasilitas kebersihan mudah dijangkau.
Tidak ada kendala berarti/penilaian positif	Sebagian responden menyatakan tidak mengalami kendala berarti atau cukup puas.	3 responden (10,0%)	Mempertahankan kualitas makanan dan aspek pelayanan yang telah dinilai baik.

Berdasarkan tabel di atas, keluhan yang paling sering muncul berkaitan dengan keterbatasan area makan dan tempat duduk, yaitu 11 responden (36,7%), diikuti waktu tunggu dan penyajian pesanan sebanyak 8 responden (26,7%), serta suhu ruangan dan sirkulasi udara sebanyak 6 responden (20,0%). Keluhan kebersihan dan fasilitas pendukung juga ditemukan, meskipun lebih sedikit disebutkan pada pertanyaan kendala. Frekuensi tersebut merupakan hasil pengodean jawaban untuk pertanyaan kendala dan tidak dimaksudkan sebagai persentase dari seluruh topik yang dibahas pada semua pertanyaan terbuka. Maka, peluang pengembangan Geprek Segapoy tidak hanya berkaitan dengan produk makanan, tetapi juga pengalaman pelanggan saat makan di tempat.

Identifikasi Atribut Kebutuhan Konsumen

Berdasarkan pengelompokan jawaban kuesioner terbuka, kebutuhan pelanggan dirumuskan menjadi atribut yang dapat dinilai lebih terstruktur melalui kuesioner tertutup. Atribut tersebut mencakup kenyamanan area makan, ergonomi meja dan kursi, kebersihan, sirkulasi udara, fasilitas pendukung, serta pengaturan ruang dan kapasitas. Aspek menu dan harga juga muncul sebagai kekuatan yang perlu dipertahankan. Pemetaan temuan kualitatif dan implikasi kebutuhan disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 4. Identifikasi Atribut Kebutuhan Konsumen

No.	Temuan/*voice of customer*	Atribut kebutuhan konsumen	Arah pengembangan
1	Area makan terasa sempit ketika ramai, jarak meja perlu diperhatikan.	Kenyamanan dan keleluasaan area makan.	Evaluasi kapasitas ruang serta jarak meja dan kursi.
2	Kursi terkadang kurang nyaman untuk duduk lama, sandaran dan tinggi meja-kursi perlu diperhatikan.	Ergonomi meja dan kursi.	Memilih kursi yang stabil dan nyaman serta menyesuaikan tinggi meja-kursi.
3	Meja atau lantai perlu dibersihkan lebih rutin, terutama setelah digunakan.	Kebersihan area makan dan fasilitas.	Membuat rutinitas pembersihan meja, kursi, dan lantai.
4	Ruangan terkadang panas atau pengap, responden mengusulkan kipas tambahan.	Suhu dan sirkulasi udara.	Menambah atau menata kipas dan menjaga sirkulasi udara.
5	Responden menyebut tempat sampah, tisu, cuci tangan, dan area tunggu.	Ketersediaan fasilitas pendukung.	Menempatkan fasilitas yang dibutuhkan di lokasi yang mudah dijangkau.
6	Pelanggan terkadang menunggu pesanan atau sulit mendapat meja ketika ramai.	Kelancaran pelayanan dan kapasitas.	Mengevaluasi alur penyajian dan pengaturan kapasitas pada jam sibuk.
7	Variasi menu dan harga dinilai cukup baik oleh banyak responden.	Kualitas menu dan keterjangkauan harga (aspek yang dipertahankan).	Mempertahankan rasa, variasi, dan harga yang dinilai sesuai.

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan pelanggan terutama berkaitan dengan pengalaman *dine-in*, termasuk keleluasaan ruang, kenyamanan duduk, kebersihan, dan kondisi udara. Atribut ini dapat menjadi dasar dalam menentukan fokus perbaikan produk layanan Geprek Segapoy. Kuesioner tertutup yang tersedia kemudian digunakan untuk melihat tingkat kepentingan kebutuhan dan penilaian pelanggan terhadap kepuasan serta kenyamanan secara umum.

B. Hasil Kuesioner Tertutup

Hasil kuesioner tertutup kemudian dianalisis melalui beberapa tahapan untuk mengetahui kualitas instrumen serta karakteristik penilaian responden terhadap atribut pelayanan Geprek Segapoy. Analisis diawali dengan penyajian skala likert, kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen yang digunakan. Selanjutnya, dilakukan analisis demografi responden untuk menggambarkan karakteristik partisipan yang terlibat dalam penelitian. Hasil kuesioner juga digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap setiap atribut sebagai dasar evaluasi dan penentuan prioritas perbaikan layanan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Skala Likert pada Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup yang dianalisis memuat 101 responden. Butir penilaian menggunakan skala likert lima tingkat, dengan skor 1 sampai 5. Pada butir kepentingan, skor yang lebih tinggi menunjukkan bahwa atribut dinilai semakin penting. Pada butir kepuasan, skor yang lebih tinggi menunjukkan penilaian yang semakin positif. Instrumen yang tersedia memuat 12 butir tingkat kepentingan dan 3 butir penilaian kepuasan/kenyamanan umum. Rekapitulasi jumlah jawaban pada setiap skor dan nilai rata-rata ditampilkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Skala Likert pada Kuesioner Tertutup

No.	Pernyataan	Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5	Rata-rata
1	Kenyamanan lokasi tempat makan	3	4	14	22	58	4.27
2	Kenyamanan kursi	1	6	17	23	54	4.22
3	Kenyamanan meja saat dine-in	1	9	9	30	52	4.22
4	Kenyamanan jarak antarmeja dan kursi	1	4	20	20	56	4.25
5	Kebersihan meja dan kursi	0	1	18	23	59	4.39
6	Kebersihan lantai	0	6	19	22	54	4.23
7	Area makan bebas bau mengganggu	0	3	15	26	57	4.36
8	Kebersihan peralatan makan	0	4	14	21	62	4.40
9	Kebersihan toilet/fasilitas sanitasi	1	3	23	17	57	4.25
10	Luas area makan dan kapasitas pelanggan	4	4	24	20	49	4.05
11	Tata letak meja-kursi tidak mengganggu pergerakan	0	4	18	31	48	4.22
12	Kapasitas tempat makan sesuai jumlah pelanggan	1	9	20	21	50	4.09
	Tingkat kepuasan dan kenyamanan umum						
1	Kepuasan melakukan dine-in di Geprek Segapoy	1	8	30	26	36	3.87
2	Kesesuaian fasilitas tempat makan dengan harapan	0	8	33	27	33	3.84
3	Kenyamanan makan di Geprek Segapoy	1	11	28	26	35	3.82

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata tingkat kepentingan dari 12 atribut adalah 4,24 dari skala 5. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada kebersihan peralatan makan (4,40), diikuti kebersihan meja dan kursi (4,39), serta area makan yang bebas dari bau mengganggu (4,36). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kebersihan dan kondisi lingkungan makan menjadi perhatian penting bagi responden. Nilai rata-rata terendah pada kelompok kepentingan terdapat pada luas area makan dan kapasitas pelanggan (4,05), tetapi nilainya tetap berada di atas 4, sehingga aspek tersebut tetap dipandang penting.

Pada tiga butir penilaian kepuasan dan kenyamanan umum, rata-rata keseluruhan adalah 3,85. Kepuasan melakukan *dine-in* memperoleh rata-rata 3,87, kesesuaian fasilitas dengan harapan memperoleh 3,84, sedangkan kenyamanan makan memperoleh 3,82. Nilai tersebut lebih rendah dibandingkan rata-rata kepentingan atribut (4,24), sehingga terdapat indikasi bahwa pengalaman pelanggan belum sepenuhnya setara dengan tingginya kepentingan yang diberikan terhadap aspek-aspek tempat makan. Namun, perbandingan ini perlu dibaca secara hati-hati karena butir kepentingan dan kepuasan tidak seluruhnya berpasangan satu per satu.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada 15 butir pernyataan dari 101 responden menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* (Rumus 1) antara skor butir dan skor total dimensinya. Butir dikelompokkan ke dalam empat dimensi, yaitu kenyamanan fasilitas makan (K1–K4), kebersihan dan higienitas (K5–K9), luas dan tata letak area makan (K10–K12), serta kepuasan dan kenyamanan umum (P1–P3). Selain r hitung, ditampilkan pula korelasi terkoreksi (*corrected item-total correlation*), yaitu korelasi butir dengan total dimensi tanpa butir yang diuji, agar nilai korelasi tidak meningkat hanya karena butir ikut menyusun skor total.

Berdasarkan *score* uji validitas seluruh butir memiliki r hitung antara 0,880 dan 0,945, jauh di atas r tabel sebesar 0,1956 (N = 101, df = 99, α = 5%), dengan nilai $p < 0{,}001$. Dengan demikian, seluruh 15 butir dinyatakan valid. Korelasi terkoreksi berada pada rentang 0,783 sampai 0,895 dan tetap melampaui r tabel, sehingga kesimpulan tidak berubah. Korelasi tertinggi terdapat pada luas area makan dan kapasitas pelanggan (K10; r = 0,945), sedangkan korelasi terkoreksi tertinggi terdapat pada

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

kenyamanan kursi (K2; 0,895). Korelasi terendah terdapat pada kebersihan meja dan kursi (K5) serta kebersihan toilet atau fasilitas sanitasi (K9) dengan r = 0,880, yang tetap tergolong sangat kuat. Tidak ada butir yang dieliminasi sehingga seluruh butir digunakan pada analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (Rumus 2) pada setiap dimensi dan pada gabungan 12 butir tingkat kepentingan, dengan kriteria instrumen reliabel apabila $\alpha \geq 0{,}70$. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Jumlah butir	Cronbach's Alpha	Ket.
D1. Kenyamanan fasilitas makan	4	0,943	Reliabel
D2. Kebersihan dan higienitas	5	0,934	Reliabel
D3. Luas dan tata letak area makan	3	0,910	Reliabel
D4. Kepuasan dan kenyamanan umum	3	0,931	Reliabel
Gabungan kepentingan (K1–K12)	12	0,963	Reliabel

Berdasarkan Tabel 5, nilai *Cronbach's Alpha* pada keempat dimensi berada pada rentang 0,910 sampai 0,943, sedangkan gabungan 12 butir tingkat kepentingan memperoleh 0,963. Seluruh nilai melampaui batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Nilai yang sangat tinggi (> 0,90) menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik, tetapi juga dapat mengindikasikan butir yang saling mirip atau kecenderungan responden menjawab seragam pada skor tinggi, sehingga hal ini diperhatikan sebagai keterbatasan penelitian.

Demografi Responden

Kuesioner tertutup diisi oleh 101 responden yang pernah menikmati hidangan di tempat di Geprek Segapoy. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi membeli disajikan pada Tabel 5.

Tabel 7. Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Perempuan	51	50,5
Laki-laki	50	49,5
Usia		
< 17 tahun	2	2,0
17–20 tahun	48	47,5
20–24 tahun	47	46,5
> 24 tahun	4	4,0
Pekerjaan		
Mahasiswa	90	89,1
Pelajar	3	3,0
Wirausaha	3	3,0
Karyawan	3	3,0
CEO	1	1,0
Tenaga kesehatan	1	1,0
Frekuensi membeli di Geprek Segapoy		
Sering	17	16,8
Kadang-kadang	46	45,5
Jarang	38	37,6
Total responden	101	100,0

Berdasarkan Tabel 5, responden terdiri atas 51 perempuan (50,5%) dan 50 laki-laki (49,5%), sehingga komposisi jenis kelamin relatif seimbang. Dari sisi usia, kelompok terbesar berusia 17–20 tahun (47,5%) dan 20–24 tahun (46,5%), yang secara bersama mencakup 94,1% responden. Sebagian besar responden berstatus mahasiswa (89,1%), sedangkan pelajar, wirausaha, dan karyawan masing-masing berjumlah 3 orang (3,0%). Berdasarkan frekuensi membeli, responden yang membeli kadang-kadang berjumlah 46 orang (45,5%), jarang 38 orang (37,6%), dan sering 17 orang (16,8%). Dominasi responden berusia muda dan berstatus mahasiswa menunjukkan bahwa penilaian dalam penelitian ini terutama mencerminkan persepsi pelanggan usia muda, sehingga generalisasi ke kelompok pelanggan lain perlu dilakukan dengan hati-hati.

***House of Quality* (HoQ)**

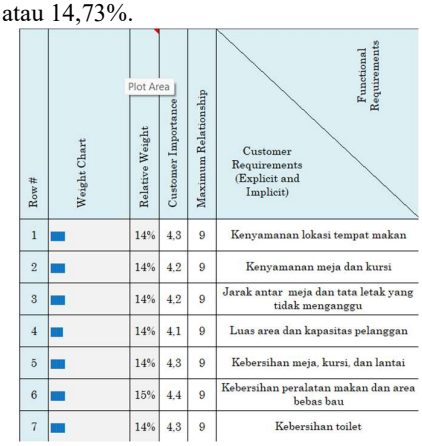
Kebutuhan konsumen diterjemahkan menjadi karakteristik teknis yang dapat dikendalikan pengelola melalui *House of Quality* (HoQ). Tujuh atribut kebutuhan (A1–A7) ditempatkan pada baris dan delapan karakteristik teknis (T1–T8) pada kolom. Diagram

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

HoQ lengkap disajikan pada Gambar 6, terdiri atas *Customer Needs*, *Technical Requirements*, *Relationship*, *Technical Correlation* (atap), *Technical Matrix* (bagian bawah), serta penilaian kompetitif. Karakteristik teknis dirumuskan dari atribut kebutuhan, hasil observasi lokasi, dan kajian literatur ergonomi fasilitas makan, beserta arah perbaikan dan targetnya.

Analisis Kebutuhan Konsumen

Bagian pertama yang disusun adalah *Customer Needs*, yaitu tujuh atribut kebutuhan konsumen beserta bobot kepentingannya. Bobot relatif atribut dihitung dengan membagi kepentingan setiap atribut dengan jumlah seluruh kepentingan (29,73). Sebagai contoh, bobot A6 = 4,38 / 29,73 = 0,1473 atau 14,73%.

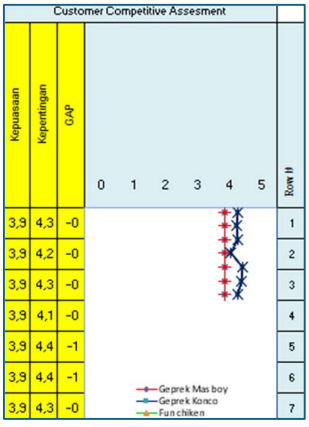


Gambar 1. Bobot Kebutuhan Konsumen

Berdasarkan Gambar 1, bobot relatif atribut berkisar antara 13,69% sampai 14,73%, tertinggi pada kebersihan peralatan makan dan area bebas bau (A6; 14,73%), kebersihan meja, kursi, dan lantai (A5; 14,50%), serta kenyamanan lokasi tempat makan (A1; 14,36%). Rentang bobot yang sempit terjadi karena seluruh atribut dinilai penting oleh responden (4,07–4,38). Akibatnya, ketujuh kebutuhan dipandang hampir setara dan urutan prioritas karakteristik teknis terutama ditentukan oleh pola hubungan pada matriks, bukan oleh perbedaan bobot kebutuhan.

Analisis Persepsi Pelanggan

Pada sisi kanan HoQ terdapat penilaian persepsi pelanggan (*Customer Competitive Assessment*) yang membandingkan tingkat kepentingan setiap atribut dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja Geprek Segapoy saat ini. Selisih keduanya menghasilkan nilai gap (gap = kepuasan − kepentingan), dengan nilai negatif menunjukkan kinerja yang belum memenuhi harapan pelanggan. Nilai kepuasan menggunakan rata-rata kepuasan dan kenyamanan umum (3,85) untuk seluruh atribut karena butir kepuasan tidak berpasangan satu per satu dengan atribut kebutuhan. Nilai kepentingan pada bagian ini diambil dari butir kuesioner yang paling mewakili setiap atribut (K1, K2, K4, K10, K5, K7, dan K9), sehingga dapat berbeda sedikit dari rata-rata butir gabungan. Hasilnya ditampilkan pada Gambar 2 dan Tabel 9.



Gambar 2. Penilaian Presepsi Pelanggan

Tabel 8. Tingkat Kepentingan, Kepuasan, dan Gap Atribut Kebutuhan

Kode	Atribut Kebutuhan Konsumen	Kepentingan	Kepuasan	Gap
A1	Kenyamanan lokasi tempat makan	4,27	3,85	−0,42
A2	Kenyamanan meja dan kursi	4,22	3,85	−0,37
A3	Jarak antarmeja dan tata letak yang tidak mengganggu	4,25	3,85	−0,40
A4	Luas area dan kapasitas pelanggan	4,05	3,85	−0,20
A5	Kebersihan meja, kursi, dan lantai	4,39	3,85	−0,54
A6	Kebersihan peralatan makan dan area bebas bau	4,36	3,85	−0,51

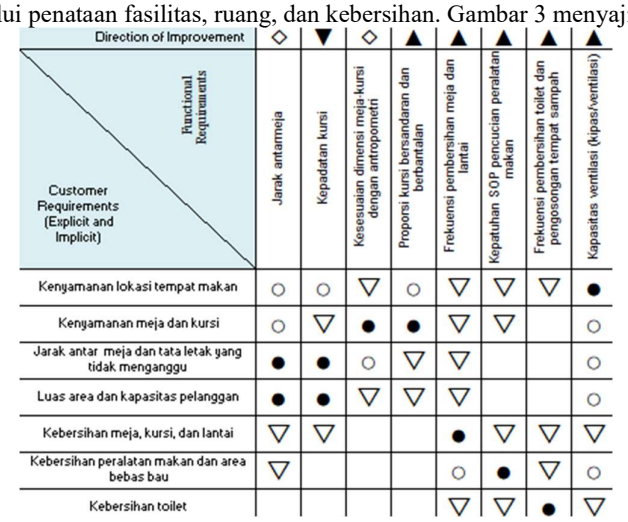
CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

A7	Kebersihan toilet	4,25	3,85	−0,40
	Rata-rata	4,26	3,85	−0,41

Berdasarkan Gambar 2 dan Tabel 9, seluruh atribut memiliki gap negatif dengan rata-rata −0,41, yang berarti kinerja Geprek Segapoy belum memenuhi harapan pelanggan. Pada grafik, garis kepuasan berada di bawah garis kepentingan untuk semua atribut. Gap terbesar terdapat pada kebersihan meja, kursi, dan lantai (A5; −0,54) dan kebersihan peralatan makan dan area bebas bau (A6; −0,51), diikuti kenyamanan lokasi tempat makan (A1; −0,42). Gap terkecil terdapat pada luas area dan kapasitas pelanggan (A4; −0,20). Karena kepuasan yang dipakai sama untuk semua atribut, perbedaan gap mengikuti perbedaan tingkat kepentingan sehingga hasil ini lebih tepat dibaca sebagai indikasi awal.

Analisis Matrik Hubungan

Bagian inti HoQ adalah matriks hubungan, yaitu bagian yang menghubungkan atribut kebutuhan konsumen pada baris dengan karakteristik teknis pada kolom. Kebutuhan konsumen diterjemahkan menjadi delapan karakteristik teknis (T1–T8) yang dapat diubah oleh pemilik usaha melalui penataan fasilitas, ruang, dan kebersihan. Gambar 3 menyajikan matriks tersebut

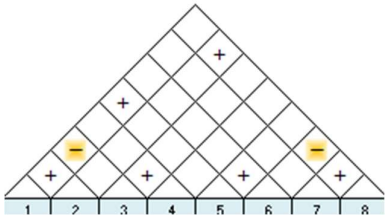


Gambar 3.Matriks Hubungan dan Penentuan Prioritas

Simbol ● menunjukkan hubungan kuat (nilai 9), ○ hubungan sedang (nilai 3), dan ▽ hubungan lemah (nilai 1). Tanda ▲ berarti karakteristik teknis perlu dimaksimalkan, ▼ berarti perlu diminimalkan (T2), dan ◇ berarti perlu dicapai pada nilai target (T1 dan T3). Hubungan kuat terdapat antara A3 dan A4 dengan T1 dan T2 (tata letak dan kapasitas), A2 dengan T3 dan T4 (kenyamanan meja-kursi), A1 dengan T8 (ventilasi), serta atribut kebersihan A5, A6, dan A7 dengan masing-masing T5, T6, dan T7.

Hubungan Antarkarakteristik Teknis (Atap HoQ)

Bagian berikutnya adalah atap HoQ (*Technical Correlation*) yang berbentuk segitiga. Atap ini digunakan untuk melihat apakah perbaikan pada satu karakteristik teknis akan mendukung atau justru bertentangan dengan karakteristik teknis lainnya. Gambar 4 menampilkan atap HoQ Geprek Segapoy.



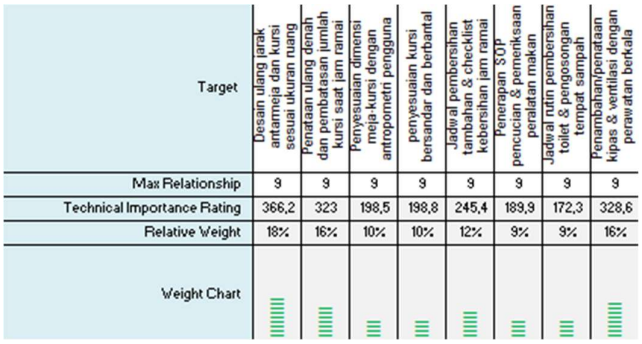
Gambar 4. Hubungan Antar Karakteristik Teknis

Berdasarkan Gambar 4, sebagian besar karakteristik teknis saling mendukung (korelasi positif), yaitu T1–T2, T3–T4, T5–T6, T7–T8, T1–T5, dan T2–T8. Terdapat dua hubungan yang bertentangan (korelasi negatif), yaitu antara T1 dengan T3 dan T6 dengan T8. Pasangan T1–T2 yang berkorelasi positif menunjukkan bahwa penataan jarak antarmeja dan pembatasan jumlah kursi dapat dikerjakan bersama. Sebaliknya, korelasi negatif T1–T3 berarti dimensi meja-kursi yang disesuaikan dengan antropometri dapat memakan ruang sehingga mengurangi jarak antarmeja. Kondisi ini berarti perbaikan kenyamanan tidak dapat dilakukan dengan sekadar menambah ukuran perabot, melainkan harus dikompromikan dalam satu rancangan tata letak.

Analisis Prioritas Karakteristik Teknis

Bagian bawah HoQ (*Technical Matrix*) berisi nilai *technical importance*, *relative weight*, dan *weight chart*. Bagian ini menunjukkan karakteristik teknis mana yang perlu didahulukan dalam upaya perbaikan. Sebagai contoh, *technical importance* T1 dihitung dari bobot relatif atribut (dalam persen) dikalikan nilai hubungan: (14,36×3) + (14,19×3) + (14,23×9) + (13,69×9) + (14,50×1) + (14,73×1) = 43,09 + 42,58 + 128,05 + 123,21 + 14,50 + 14,73 = 366,16. Bobot relatif T1 diperoleh dengan menormalkan nilai tersebut terhadap total seluruh karakteristik (2.022,67), yaitu 366,16 / 2.022,67 = 18,10%.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.



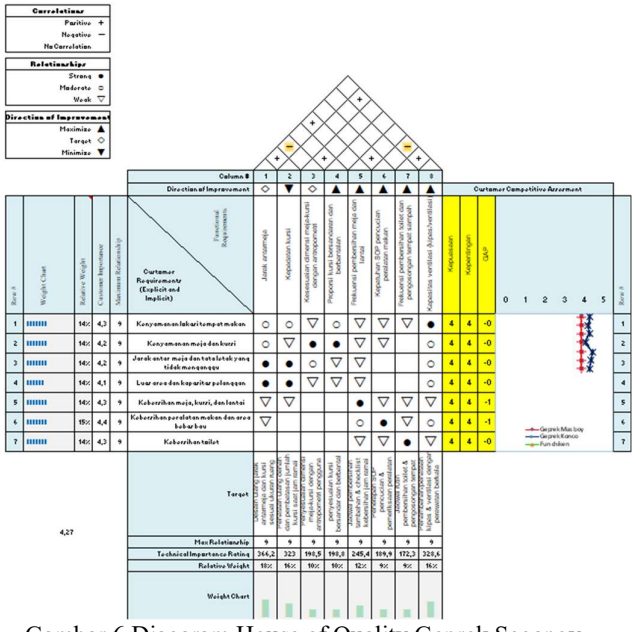
Gambar 5.Prioritas Pengembangan Teknis

Berdasarkan Gambar 5, bobot relatif T1 sampai T8 secara berurutan adalah 18,10%; 15,97%; 9,81%; 9,83%; 12,13%; 9,39%; 8,52%; dan 16,25%. Prioritas tertinggi adalah T1 atau jarak antarmeja (18,10%), diikuti T8 atau kapasitas ventilasi (16,25%) dan T2 atau kepadatan kursi (15,97%). Tiga karakteristik teratas menyumbang 50,32% dari total bobot, sedangkan karakteristik dengan prioritas terendah adalah T7 atau frekuensi pembersihan toilet dan pengosongan tempat sampah (8,52%). Temuan ini sejalan dengan keluhan pada kuesioner terbuka mengenai area makan yang sempit (36,7%) dan suhu ruangan yang panas (20,0%).

Tabel 9. Bobot dan Peringkat Karakteristik Teknis

Peringkat	Kode	Karakteristik Teknis	*Technical Importance*	Bobot Relatif (%)
1	T1	Jarak antarmeja	366,16	18,10
2	T8	Kapasitas ventilasi (kipas/ventilasi)	328,59	16,25
3	T2	Kepadatan kursi	323,04	15,97
4	T5	Frekuensi pembersihan meja dan lantai	245,44	12,13
5	T4	Proporsi kursi bersandaran dan berbantalan	198,76	9,83
6	T3	Kesesuaian dimensi meja-kursi dengan antropometri	198,49	9,81
7	T6	Kepatuhan SOP pencucian peralatan makan	189,94	9,39
8	T7	Frekuensi pembersihan toilet dan pengosongan tempat sampah	172,25	8,52

***House of Quality* (HoQ)**



Gambar 6.Diagaram House of Quality Geprek Segapoy

Berdasarkan Gambar 6, diagram HoQ Geprek Segapoy menghubungkan tujuh atribut kebutuhan konsumen (A1–A7) dengan delapan karakteristik teknis (T1–T8) melalui matriks hubungan berskala 9, 3, dan 1. Seluruh atribut dinilai sangat penting kecuali A4 yang berada pada kategori tinggi. Atap HoQ menunjukkan bahwa sebagian besar karakteristik teknis saling mendukung, kecuali T1 (jarak antarmeja) yang bertentangan dengan T3 (dimensi meja-kursi) dan T6 (SOP pencucian) yang bertentangan

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

dengan T8 (ventilasi). Prioritas tertinggi adalah T1 (18,10%), T8 (16,25%), dan T2 (15,97%) yang bersama-sama menyumbang 50,32% dari total bobot teknis. Maka, perbaikan tata letak area makan, yaitu mengatur jarak antarmeja dan kepadatan kursi serta memperbaiki sirkulasi udara, menjadi langkah yang paling berdampak bagi kenyamanan pelanggan.

D. Usulan Desain Kembali

Berdasarkan prioritas yang diperoleh, usulan perbaikan disusun ke dalam empat tahap sesuai peringkat bobot teknis pada Tabel 10 dan korelasi pada atap HoQ. Tahap 1 berfokus pada penataan ruang melalui jarak antarmeja (T1) dan kepadatan kursi (T2), yang berkorelasi positif dan bersama-sama bernilai 34,07%. Tahap 2 menangani kapasitas ventilasi (T8; 16,25%). Tahap 3 memperbaiki kebersihan melalui T5, T6, dan T7 dengan total bobot 30,04%. Tahap 4 menyesuaikan kenyamanan duduk melalui T3 dan T4 dengan total bobot 19,64%. Rincian usulan disajikan pada Tabel 11.

Tabel 10. Usulan Perbaikan Berdasarkan Prioritas

Tahap	Karakteristik (Bobot)	Usulan Tindakan	Keluhan/Kebutuhan Terkait
1	T1 (18,10%) T2 (15,97%)	Desain ulang jarak antarmeja dan kursi sesuai ukuran ruang; penataan ulang denah dan pembatasan jumlah kursi saat jam ramai	Area terasa sempit atau penuh (36,7%); jarak antarmeja dan tata letak A3 (14,23%); luas area dan kapasitas A4 (13,69%)
2	T8 (16,25%)	Penambahan/penataan kipas dan ventilasi dengan perawatan berkala	Ruangan terasa panas (20,0%); kenyamanan lokasi A1 (14,36%)
3	T5 (12,13%) T6 (9,39%) T7 (8,52%)	Jadwal pembersihan tambahan dan *checklist* kebersihan jam ramai; penerapan SOP pencucian dan pemeriksaan peralatan makan; jadwal rutin pembersihan toilet dan pengosongan tempat sampah	Meja atau lantai kurang bersih (6,7%); kebersihan meja-kursi-lantai A5 (14,50%), peralatan makan A6 (14,73%), toilet A7 (14,30%)
4	T3 (9,81%) T4 (9,83%)	Penyesuaian dimensi meja-kursi dengan antropometri pengguna; penyesuaian kursi bersandar dan berbantal	Saran kursi yang lebih nyaman dan bersandaran; kenyamanan meja dan kursi A2 (14,19%)

Rencana peningkatan kenyamanan pada Tabel 11 dibagi menjadi empat tahap sesuai urutan bobot karakteristik teknis dan kebutuhan konsumen. Tahap 1 (T1 dan T2; 34,07%) memperlebar jarak antarmeja dan mengatur jumlah kursi, terutama saat jam ramai. Tahap 2 (T8; 16,25%) menambah dan menata kipas serta ventilasi agar udara di area makan lebih sejuk dan merata. Tahap 3 (T5, T6, dan T7; 30,04%) memperkuat pengendalian kebersihan melalui jadwal dan *checklist* yang jelas. Tahap 4 (T3 dan T4; 19,64%) menyesuaikan dimensi meja-kursi dan proporsi kursi bersandaran.

Mengingat T1 berkorelasi negatif dengan T3, jarak antarmeja perlu ditetapkan lebih dahulu berdasarkan ukuran ruang, kemudian dimensi meja-kursi disesuaikan di dalam batas tersebut. Tahap 2 dan Tahap 3 dapat berjalan paralel, tetapi karena T6 berkorelasi negatif dengan T8, jadwal pencucian peralatan dan perawatan ventilasi perlu dikoordinasikan. Secara umum, perbaikan paling efektif diawali dari penataan ruang dan ventilasi, kemudian diperkuat dengan pengendalian kebersihan dan penyesuaian ergonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pelanggan di Geprek Segapoy masih perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek fasilitas makan, kebersihan dan higienitas, serta luas dan tata letak area makan. Hasil kuesioner terbuka terhadap 30 responden menunjukkan bahwa kendala yang paling banyak dirasakan pelanggan adalah keterbatasan area makan dan tempat duduk sebesar 36,7%, diikuti waktu tunggu dan penyajian pesanan sebesar 26,7%, serta suhu ruangan dan sirkulasi udara sebesar 20%. Sementara itu, hasil kuesioner tertutup terhadap 101 responden menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kepentingan pelanggan mencapai 4,24, sedangkan rata-rata kepuasan dan kenyamanan umum sebesar 3,85. Hasil analisis kesenjangan pada *House of Quality* (HoQ) menunjukkan nilai gap rata-rata sebesar −0,41, yang mengindikasikan bahwa kondisi fasilitas dan lingkungan makan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh 15 butir pernyataan dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat digunakan untuk mendukung analisis kebutuhan pelanggan.

Penerapan metode *Quality Function Deployment* (QFD) melalui *House of Quality* (HoQ) berhasil menerjemahkan tujuh atribut kebutuhan pelanggan menjadi delapan karakteristik teknis yang dapat dijadikan dasar dalam menentukan prioritas perbaikan. Berdasarkan hasil perhitungan bobot relatif, prioritas perbaikan tertinggi terdapat pada pengaturan jarak antarmeja sebesar 18,10%, diikuti kapasitas ventilasi sebesar 16,25%, dan pengaturan kepadatan kursi sebesar 15,97%. Ketiga karakteristik tersebut menyumbang 50,32% dari keseluruhan bobot prioritas teknis. Oleh karena itu, usulan perbaikan disusun dalam empat tahap, yaitu penataan ulang jarak antarmeja dan kepadatan kursi, peningkatan kapasitas ventilasi, penguatan pengendalian kebersihan melalui jadwal dan standar operasional prosedur (SOP), serta penyesuaian dimensi meja dan kursi berdasarkan antropometri pengguna. Maka, metode QFD dapat membantu Geprek Segapoy mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menentukan arah perbaikan fasilitas makan secara lebih terstruktur dan terarah. Usulan perbaikan yang dihasilkan masih bersifat konseptual sehingga diperlukan validasi lebih lanjut oleh pemilik usaha dan pakar sebelum diterapkan.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

DAFTAR PUSTAKA

Abduh, R., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Dapur Indonesia Menteng). *Ikraith-Ekonomika*, *5*(3), 236–245. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2459

Amalia, F., Cahya, H. N., Waluyo, D. E., & Zakaria, F. (2024). Efforts to Improve Service Quality at Skenario Kopi Cafe Based on Consumer Needs Using Quality Function Deployment. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, *5*(06), 1425–1438. https://doi.org/10.59141/jiss.v5i06.1152

Bumi, I. T., & Daryanto, Y. (2023). Desain perbaikan sistem pelayanan berdasarkan voice of customer dengan metode TRIZ. *Jurnal Teknik Industri Dan Manajemen Rekayasa*, *1*(1), 22–38. https://doi.org/10.24002/jtimr.v1i1.7236

Iswaridewi, P. N., Tanadda, O. A., & Astuti, S. B. (2024). Identifikasi Faktor Pemilihan Area Indoor dan Outdoor di Concept Café Berdasarkan Kenyamanan Aktivitas Pengunjung. *Serat Rupa Journal of Design*, *8*(1), 125–134. https://doi.org/10.28932/srjd.v8i1.6818

Kurnia, N. M. N. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Gap Analysis Dan Importance Performance Analysis Pada Hotel Swiss- Belresort Pecatu. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, *4*(2), 114–117.

Kusumastuti, S. A., Kusmantini, T., & Sabihain. (2024). Acceleration of Innovation Reconfiguration and Digital Economy Development in an Archipelagic Country Post COVID-19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, *2*(04), 306–312.

Lisdiana, L., Yuwono, R. S., Prayudi, P., Wicaksono, A., & Isnatul, V. (2024). Penerapan Metode Quality Function Deployment Guna Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Pada Koperasi Pegawai Negeri. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 38–46. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13470

M. Sobiri, & Nashrullah. (2026). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dalam Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Psikososial Dan Pendidikan*, *13*(1), 104–116. https://www.preventionweb.net/news/preliminary-report-february-6-2023-earthquakes-turkiye

Palinggi, Y., Sabran, S., & Hamji, H. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, *23*(1), 67–77. https://doi.org/10.53640/jemi.v23i1.1342

Pertiwi, B. C., & Lusiantoro, L. (2023). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan pada Kopi Tempuran dengan Mempertimbangkan Voice of Customer. *Jurnal Teknik Industri Dan Manajemen Rekayasa*, *2*(1), 12–16.

Rahmawati, A., Machbub, S. S. L., & Hakim, R. F. (2024). Efektivitas Metode Quality Function Deployment (Qfd) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Pada Perusahaan Makanan: Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, *4*(desember), 31–41. https://doi.org/10.46306/tgc.v4i1.239

Salim, A. D., & Darmayanti, T. E. (2024). Pengaruh Ergonomi Meja dan Kursi Terhadap Tingkat Produktivitas dan Kenyamanan Pengunjung di Arah Coffee Bandung. *REKAJIVA Jurnal Desain Interior |*, *2*(1), 50–69.

Situmorang, S. R., Panggabean, R. E., Nababan, R., Nathanael, S. C., Yewi, W. O., & Sitompul, G. O. (2025). Penerapan Formulir Digital Google Forms untuk Meningkatkan Efisiensi Layanan Pemesanan pada UMKM Kuliner: Studi Kasus Warung Bu Ayu. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, *5*(2), 519–527. https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2421

Wara, S. S. M., Adziima, A. F., Nasrudin, M., & Pratama, A. R. (2025). Evaluasi Kinerja Uji Normalitas pada Ragam Distribusi dan Ukuran Sampel. *Jurnal Diferensial*, *7*(2), 172–183. https://doi.org/10.35508/jd.v7i2.24042

Yudha, A. S., & Lufti, M. I. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL dan Quality Function Deployment Pada Kopi Maning Bekasi. *Jurnal PASTI (Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri)*, *18*(3), 417. https://doi.org/10.22441/pasti.2024.v18i3.012

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.