

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Batasan Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 <i>House of Quality</i>	17
2.1.2 Kualitas Layanan	21
2.1.3 Konsumen / Pelanggan.....	27
2.1.4 Pendekatan Perilaku Pelanggan.....	28
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	29
2.1.6 Preferensi Pelanggan.....	30

2.1.7 Hubungan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan Jasa	33
2.2 Barbershop.....	34
2.2.1 Pengertian Barbershop	34
2.2.2 Sejarah Barbershop	34
2.2.3 <i>Low and Slow</i> Barbershop.....	35
2.2.4 AB Barbershop	36
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampling	40
3.2.1 Populasi	40
3.3 Metoda Pengumpulan Data	43
3.3.1 Data Primer.....	43
3.3.2 Data Sekunder	44
3.4 Instrumen Penelitian	45
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.6 Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Data	51
4.1.1 <i>Pilot Test</i>	51
4.1.2 Uji Validitas	52
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	53
4.1.4 Data Profil Responden	54
4.2 Pengolahan Data dan Pembuatan <i>House of Quality</i>	58
4.2.1 <i>Customer Wants</i>	59
4.2.2 Data Tingkat Kepentingan (<i>Importance Ratings</i>)	60
4.2.3 Karakteristik Teknis (<i>Technical Requirement</i>)	64

4.2.4 Data Tingkat Penilaian Produk Pesaing (<i>Customer Competitive Assessment</i>)	66
4.2.5 Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Karakteristik Teknis.....	70
4.2.6 Matrik Korelasi.....	73
4.2.7 Perhitungan Identifikasi Prioritas	74
4.2.8 Matriks Teknik (<i>Technical Matriks</i>).....	88
4.2.9 Penyusunan <i>House of Quality</i>	93
4.3 Pembahasan	97
BAB V SIMPULAN	131
5.1 Simpulan.....	131
5.2 Implikasi.....	133
5.3 Keterbatasan	134
5.4 Saran.....	134
5.4.1 Bagi Perusahaan	134
5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	135
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Barbershop yang Berada dalam Radius 3 Kilometer Dari Low and Slow Cabang Candi Gebang.....	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Layanan 3 Barbershop.....	4
Tabel 1.3 Jumlah Pelanggan Pada 3 Barbershop Periode Agustus – Oktober 2023	5
Tabel 1.4 Hasil Survei Awal Kualitas Pelayanan Pada 3 Barbershop.....	8
Tabel 1.5 Kelebihan dan Kekurangan dari Ketiga Barbershop.....	9
Tabel 2.1 Korelasi Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan dengan Bagaimana	20
Tabel 2.2 Perbedaan Kualitas Barang dan Kualitas Jasa	22
Tabel 2.3 Dimensi Servqual	27
Tabel 2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Ketentuan Skala Likert	44
Tabel 3.2 Nilai Hubungan	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.3 Atribut <i>Customer Wants</i>	59
Tabel 4.4 Jumlah Responden Pada Masing – Masing Skor Atribut.....	61
Tabel 4.5 Nilai <i>Importance Rating</i>	63
Tabel 4.6 <i>Technical Requirement</i>	65
Tabel 4.7 Perbandingan Kepuasan Layanan antar Barbershop	67
Tabel 4.8 Nilai Identifikasi Prioritas untuk Low and Slow Barbershop Cabang Candi Gebang	76
Tabel 4.9 Nilai Identifikasi Prioritas untuk Low and Slow Barbershop Cabang Depan Grha Instiper	77
Tabel 4.10 Nilai Identifikasi Prioritas untuk AB Barbershop	78
Tabel 4.11 Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i> untuk Low and Slow Barbershop Cabang Candi Gebang	80

Tabel 4.12 Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i> untuk Low and Slow Barbershop Cabang Depan Grha Instiper.....	82
Tabel 4.13 Perhitungan <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i> untuk AB Barbershop.....	85
Tabel 4.14 Nilai <i>Contributions</i> dan <i>Normalized Contributions Low and Slow Barbershop Cabang Candi Gebang</i>	89
Tabel 4.15 Nilai <i>Contributions</i> dan <i>Normalized Contributions Low and Slow Barbershop Cabang Grha Instiper</i>	90
Tabel 4.16 Nilai <i>Contributions</i> dan <i>Normalized Contributions AB Barbershop</i>	92
Tabel 4.17 Nilai Target (<i>Goal</i>) Masing-Masing Barbershop	100
Tabel 4.18 <i>Sales Point</i> Masing-Masing Barbershop	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model House of Quality.....	18
Gambar 3.1 Desain Penelitian	39
Gambar 4.1 Diagram Pie Penyebaran Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4.2 Diagram Pie Penyebaran Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Gambar 4.3 Diagram Pie Penyebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.4 Diagram Pie Penyebaran Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Gambar 4.5 Persaingan Layanan antar Barbershop.....	69
Gambar 4.6 Hubungan Kebutuhan Pelanggan Dan Karakteristik Teknis	71
Gambar 4.7 Nilai Matrik Hubungan Kebutuhan Pelanggan dengan Karakteristik Teknis.....	72
Gambar 4.8 Matrik Korelasi.....	73
Gambar 4.9 HOQ Low and Slow Barbershop Cabang Candi Gebang	94
Gambar 4.10 HOQ Low and Slow Barbershop Cabang Depan Grha Instiper.....	95
Gambar 4.11 HOQ AB Barbershop	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Tahap I.....	139
Lampiran 2. Kuesioner Tahap II.....	143
Lampiran 3. r Tabel	146
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	147
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	148
Lampiran 6. Data Importance Rating.....	149
Lampiran 7. Matriks House of Quality	154

House Of Quality AB Barbershop

