

**PENERAPAN METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*
DALAM DESAIN DAN PENGEMBANGAN JASA
PADA NASABAH KREDIT BANK "X" DI SIDOARJO**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



B 21/06
Dm
P

**DIAJUKAN OLEH
KARTIKA DAMAYANTI**

Nomor Pokok: 040013424 E



**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2005**

SKRIPSI

**PENERAPAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT
DALAM DESAIN DAN PENGEMBANGAN JASA
PADA NASABAH KREDIT BANK "X" DI SIDOARJO**

DIAJUKAN OLEH :
KARTIKA DAMAYANTI
No. Pokok : 040013424 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. INDRIANAWATI USMAN, MSc.

TANGGAL 15-09-05

KETUA PROGRAM STUDI,



Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

TANGGAL 5-10-05

ABSTRAKSI

Saat ini para konsumen semakin sadar dan peduli dengan kualitas barang dan/ jasa yang dikonsumsi. Hal ini membuat para pemasar juga harus semakin memperhatikan kualitas barang dan/ jasa yang diproduksinya. Bagi para pemasar jasa, tantangan untuk perbaikan kualitas menjadi lebih rumit daripada produk berupa barang, karena jasa memiliki beberapa karakteristik yang khusus, diantaranya : tidak berwujud, tidak memiliki standarisasi, diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, serta tidak dapat disimpan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa adalah dengan mendesain dan mengembangkan jasa yang didasarkan pada kebutuhan dan harapan pelanggan. *Quality Function Deployment (QFD)* adalah sebuah metode perencanaan dan pengembangan produk yang memungkinkan pemasar dalam mengidentifikasi dengan jelas keinginan dan kebutuhan pelanggan, dan kemudian mengevaluasi secara sistematis kemampuan masing-masing produk yang diusulkan dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan kata lain, QFD bertujuan untuk mengidentifikasi suara pelanggan dan menggunakannya dalam tiap tahap pengembangan hingga produksi.

Dengan proses desain dan pengembangan jasa yang baik, maka para pemasar jasa dapat mengurangi biaya yang mungkin timbul sebagai akibat dari modifikasi atau desain ulang jasa. Selain itu, jika jasa yang ditawarkan oleh pemasar tepat sesuai dengan harapan pelanggan sedari awal, maka pemasar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun proses desain jasa tidak berhenti sampai disini saja, perusahaan harus terus dapat menciptakan jasa baru atau memperbaiki jasa saat ini, sesuai dengan perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat terus menjadi yang terdepan dalam usahanya untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya dan memenangkan persaingan.