

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Skripsi.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Jasa .....	7

2.1.1.1 Karakteristik Jasa.....	8
2.1.2 Kualitas .....	9
2.1.2.1 Kualitas Jasa ( <i>Service Quality</i> ).....	10
2.1.2.2 Gap pada kualitas jasa .....	12
2.1.3 Perbaikan Kualitas.....	15
2.1.4 Cetak biru Jasa ( <i>Service Blueprint</i> ).....	17
2.1.4.1 Manfaat <i>Service Blueprint</i> .....	17
2.1.4.2 Komponen-komponen <i>Service Blueprint</i> .....	19
2.1.4.3 Faktor utama penyusunan <i>Service Blueprint</i> .....	21
2.1.4.4 Membangun <i>Service Blueprint</i> .....	22
2.1.5 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i> .....	23
2.1.5.1 Manfaat dan Kelemahan QFD.....	25
2.1.5.2 <i>Voice of Customer</i> .....	26
2.1.5.3 <i>House of Quality (HOQ)</i> .....	27
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	30
2.3 <i>Research Question</i> .....	33
2.4 Kerangka Berfikir .....	34
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4 Prosedur Pengumpulan Data.....	38

3.5	Prosedur Penentuan Sampel .....	40
3.6	Teknik Analisis.....	42
3.7	Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.9.1	Uji Validitas.....	43
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.10	Tahapan Penelitian.....	45
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>46</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1	Sejarah McDonalds.....	46
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.3	Filosofi McDonalds Indonesia.....	48
4.1.4	Kegiatan Perusahaan.....	50
4.1.5	Struktur Organisasi.....	52
4.1.6	<i>Moment of Truth</i> McDonalds Basuki Rahmat Surabaya.....	53
4.1.7	Gambaran Dimensi <i>Service Blueprint</i> .....	55
	4.1.7.1 <i>Service Blueprint</i> pada McDonalds Basuki Rahmat cabang Surabaya.....	55
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Identifikasi Responden Berdasarkan jumlah Kunjungan.....	62
4.2.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.3.1	Uji Validitas.....	68

4.3.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.4 Hasil Pengolahan Data.....	69
4.4.1 Matrik Hubungan ( <i>Relationship Matrix</i> ).....	69
4.4.1.1 <i>Costumer Needs</i> (WHATs).....	69
4.4.1.2 <i>Technical Requirement</i> (HOWs).....	69
4.4.1.3 Hubungan Antara WHATs dan WHOs ( <i>Relationship Matrix</i> ).....	73
4.4.1.4 Hubungan antar HOWs ( <i>Technical Correlations</i> ).....	76
4.4.2 Matrik Perancangan ( <i>Planning Matrix</i> ).....	78
4.4.2.1 Tingkat Kepentingan oleh Konsumen ( <i>Importance to Customer</i> ).....	78
4.4.2.2 <i>Customer Satisfaction Performance</i> .....	80
4.4.2.3 <i>Competitive Satisfaction Performance</i> .....	83
4.4.2.4 Goal.....	85
4.4.2.5 <i>Improvement Ratio</i> .....	86
4.4.2.6 <i>Sales Point</i> .....	87
4.4.2.7 <i>Raw Weight</i> dan <i>Normalized Raw Weight</i> .....	88
4.4.3 Matrik Teknis ( <i>Technical Matrix</i> ).....	89
4.4.3.1 <i>Contribution</i> dan <i>Normalized Contribution</i> .....	89
4.4.3.2 <i>Own Performance</i> .....	93
4.4.3.3 <i>Competitive Benchmarking</i> .....	93
4.4.3.4 Target.....	95
4.4.4 Gambar <i>House of Quality</i> .....	97

4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
4.5.1	Identifikasi Responden.....	99
4.5.2	Matriks Hubungan ( <i>Relationship Matrix</i> ).....	99
4.5.3	Matriks Perencanaan ( <i>Planning Matrix</i> ).....	100
4.5.4	Matriks Teknik ( <i>Technical Matrix</i> ).....	105
4.5.5	Rancangan Perbaikan.....	107
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>110</b>
5.1	Simpulan.....	110
5.2	Saran.....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Jumlah Kunjungan Responden McD Basuki Rahmat.....	62
Tabel 4.2	Jumlah Kunjungan Responden.....	64
Tabel 4.3	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Harapan.....	65
Tabel 4.4	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan.....	67
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kenyataan Dan Harapan Kualitas Layanan Mcdonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	69
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas kenyataan Dan Harapan Kualitas Layanan Mcdonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	70
Tabel 4.7	Respon teknis pihak McDonalds cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	72
Tabel 4.8	Simbol dalam <i>Relationship Matrix</i> .....	74
Tabel 4.9	<i>Relationship Matrix</i> McDonalds cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	75
Tabel 4.10	Derajat Pengaruh Teknis.....	76
Tabel 4.11	<i>Technical Correlations</i> McDonalds cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	77
Tabel 4.12	Tingkat Kepentingan Atribut Kualitas Jasa Pada McDonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	79
Tabel 4.13	Kesenjangan Atribut Kualitas Jasa McDonalds Basuki Rahmat Surabaya.....	82

Tabel 4.14	Kesenjangan Atribut Kualitas Jasa KFC Basuki Rahmat Surabaya.....	84
Tabel 4.15	Goal Kualitas Jasa Pada McDonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	85
Tabel 4.16	<i>Improvement Ratio</i> McDonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya.....	86
Tabel 4.17	<i>Sales Point</i> McDonalds Cabang Basuki Rahmat Surabaya	87
Tabel 4.18	<i>Raw Weight dan Normalized Raw Weight</i> .....	89
Tabel 4.19	<i>Contribution dan Normalized Contribution</i> .....	91
Tabel 4.20	<i>Own Performance</i> .....	93
Tabel 4.21	<i>Competitive Benchmarking</i> .....	94
Tabel 4.22	Nilai Target McDonalds Basuki Rahmat Surabaya.....	96
Tabel 4.24	Perbandingan <i>gap</i> Mcdonalds dengan KFC.....	102

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Analisis Gap harapan dan persepi.....	12
Gambar 2.2 Komponen <i>Service Blueprint</i> .....	20
Gambar 2.3 <i>House of Quality</i> .....	29
Gambar 2.4 Bagan Kerangka Berpikir.....	34
Gambar 3.1 Bagan Tahapan Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Struktur Organisasi McDonalds.....	53
Gambar 4.2 <i>Moment of Truth</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Service Blueprint</i> McDonalds Basuki Rahmat Surabaya....	61
Gambar 4.4 Gambar <i>House of Quality</i> .....	98



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Kuisisioner Harapan McDonalds Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 3 : Data Kuisisioner Kenyataan McDonalds Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 4 : Data Kuisisioner Harapan KFC Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 5 : Data Kuisisioner Harapan KFC Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas kuisisioner Kenyataan dan Harapan McDonalds Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas kuisisioner Kenyataan dan Harapan KFC Basuki Rahmat Surabaya
- Lampiran 8 : Hasil Wawancara
- Lampiran 9 : *Service Blueprint* dari McDonald's Basuki Rahmat
- Lampiran 10 : Dokumentasi