

# Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Cafe Dengan Integrasi Kansei Engineering Dan Model Kano (Study Kasus : Senyawa Cafe)

Berdyanti Stevanny<sup>1</sup>, Teguh Baroto<sup>2</sup>, Adhi Nugraha<sup>3</sup>

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jalan Raya Tlogomas no 246 Malang,  
0341-464318 <sup>1,2,3</sup>  
167berdyantistevanny@gmail.com <sup>1</sup>, teguhbaroto@gmail.com<sup>2</sup>, adhinugraha@umm.ac.id<sup>3</sup>

**Abstrak**— Eksistensi cafe dunia bisnis saat ini sangat tinggi, khususnya pada generasi muda yang mendominasi menjadi konsumen cafe. Namun tidak hanya kalangan generasi muda, eksistensi cafe juga dapat mendominasi segala umur. Dalam peningkatan pelayanan untuk loyalitas konsumen, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui solusi dalam meningkatkan kualitas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Senyawa cafe. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan mendiskripsikan keinginan konsumen maka digunakan metode Kansei Engineering dan Model kano. Kedua metode tersebut mampu mengidentifikasi keinginan serta harapan konsumen secara penuh yang kemudian dapat dijadikan respon dalam memperbaiki kualitas pelayanan Senyawa cafe. Pengelompokkan atribut pada model kano untuk 14 atribut pelayanan didapatkan atribut pada kategori must-be be. Atribut yang termasuk kategori one-dimensional memiliki 15 atribut. Atribut yang termasuk kategori attractive memiliki 1 atribut layana. Pada metode kansei engineering untuk menilai produk atau jasa melalui perasaan dan emosi yang terdiri dari 9 atribut kansei word diantaranya lengkap, nyaman, strategis, professional, raman, murah, bersih, estetik dan menarik..(font 10)

**Keywords** — Kualitas Pelayanan, Kansei Engineering, Kano Model

*Abstrak*— The existence of cafes in the business world today is very high, especially in the younger generation who dominate cafe consumers. But not only among the younger generation, the existence of cafes can also dominate all ages. In improving services for customer loyalty, this study aims to find solutions to improve the quality of services provided by Compound Cafe. To improve service quality by describing consumer desires, the Kansei Engineering and Kano Model methods are used. Both of these methods are able to fully identify the desires and expectations of consumers which can then be used as a response in improving the service quality of Compound Cafe. Grouping attributes in the Kano model for 14 service attributes obtained attributes in the must-be category. Attributes included in the one-dimensional category have 15 attributes. Attributes included in the attractive category have 1 service attribute. In the kansei engineering method for assessing products or services through feelings and emotions consisting of 9 kansei word attributes including complete, comfortable, strategic, professional, safe, inexpensive, clean, aesthetic and attractive.k.(font 10)

**Keywords** — Service Quality, Kansei Engineering, Model kano

## I. PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman abad ke-22 dunia perindustrian mengalami pertumbuhan yang sangat ketat. Salah satu produk jasa yang mengalami pertumbuhan yang ketat adalah persaingan dalam bisnis cafe. Eksistensi cafe dunia bisnis saat ini sangat tinggi, khususnya pada generasi muda yang mendominasi menjadi konsumen cafe. Namun tidak hanya kalangan generasi muda, eksistensi cafe juga dapat mendominasi segala umur. Saat ini tidak hanya makanan saja yang dapat menarik konsumen

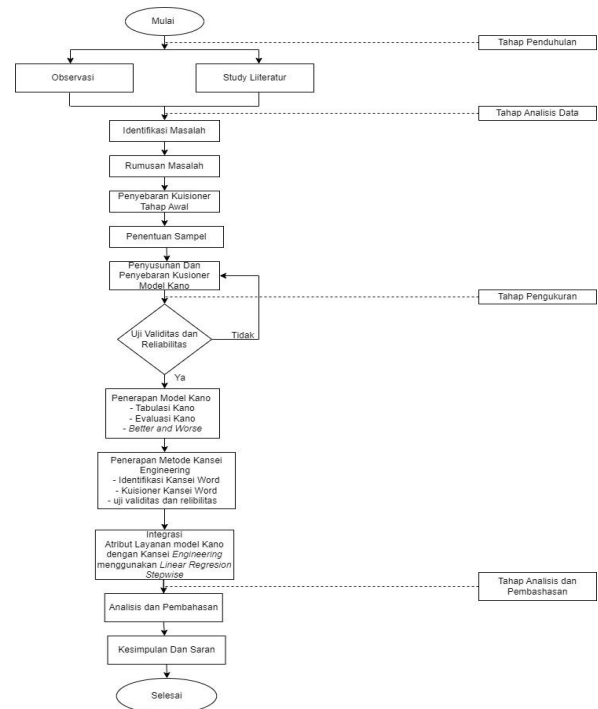
namun juga keindahan tempat dan pelayanan yang baik dapat mengundang banyak konsumen. Hal tersebut sangat kental dengan adanya cafe pada generasi saat ini. Hingga saat ini keberadaan cafe sangat mudah dijumpai pada wilayah-wilayah padat penduduk atau perkotaan. Suasana cafe merupakan salah satu faktor penunjang bisnis cafe dimana dapat menciptakan konsumen merasakan sesuatu yang berbeda dan membuat para konsumen merasakan kenyamanan. Salah satu cara dalam menyikapi persaingan bisnis cafe

adalah meningkatkan kenyamanan pada pelayanan yang diberikan.

. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan mendiskripsikan keinginan konsumen maka digunakan metode Kansei Engineering dan Model kano. Kedua metode tersebut mampu mengidentifikasi keinginan serta harapan konsumen secara penuh yang kemudian dapat dijadikan respon dalam memperbaiki kualitas pelayanan Senyawa cafe. Metode Kansei Engineering adalah metode yang digunakan untuk menerjemakan perasaan pelanggan terhadap desain produk untuk masa yang akan datang (Nagamichi, M., & Lookman, 2016). Metode ini dijadikan sebagai alat untuk menerjemakan bagaimana perasaan dan citra customer terhadap suatu produk atau jasa yang nantinya akan dikembangkan suatu produk atau jasa yang lebih baik dalam hal ini yang dimaksud adalah pelayanan. Metode Kansei Enggininger dipilih sebagai metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor kepuasan dan loyalitas konsumen pada pelayanan jasa. kemudian dilanjutkan pada model kano untuk menentukan prioritas perbaikan sehingga prioritas perbaikan tersebut dapat digunakan sebagai kata kansei word. Model kano yaitu mengkategorikan atribut berdasarkan kebutuhan pelanggan (Utami, 2015). Pada metode kano, mengkategorikan atribut-atribut seberapa baik pada produk dapat memuaskan konsumen, dan pada metode kano mengklasifikasi faktor atribut produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

## II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dilakukan di Senyawa cafe yang bertempat Jl. Brigjen Kretarto No.41 Desa Sambong Dukuh Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang. Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah usulan perbaikan kualitas pelayanan dengan rekayasa Model Kano dan Kansei Engineering.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Penelitian

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Identifikasi Voice Of Costumer

Pada pengumpulan data dilakukan wawancara kepada 30 responden yang terdiri dari konsumen Senyawa cafe untuk mengetahui, mengidentifikasi dan memahami harapan serta keinginan konsumen. Sehingga didapatkan acuan sebagai perbaikan pelayanan. Pada penyebaran kuisioner tersebut didapatkan 30 atribut layanan keinginan konsumen terhadap Senyawa cafe sebagai berikut.

Pada tahap identifikasi atribut layanan pada penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu Model Kano dan Kansei Engineering. Metode-metode ini akan digunakan untuk mengetahui kaitan antara kualitas layanan jasa cafe dengan harapan pelanggan.

Pada kategori must-be terdapat 14 atribut. Dimana merupakan kategori layanan yang jika tidak dipenuhi, maka pelanggan akan sangat kecewa dan kemungkinan besar tidak akan mau untuk menggunakan layanan tersebut lagi. Namun, jika layanan ini dipenuhi juga tidak akan selalu berdampak pada kepuasan konsumen..

Pada hasil diagram kartesius menggunakan software SPSS, maka pada ketogeri one-dimensional terdapat 15 atribut. Dimana merupakan kategori layanan konsumen yang

dituntut konsumen untuk dipenuhi. Tingkat kepuasan pelanggan pada tipe ini sebanding dengan kinerja suatu layanan. Semakin bagus kinerja layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya.

Pada kategori attractive terdapat 1 atribut. Dimana merupakan kategori layanan yang tidak diharapkan dan disampaikan langsung oleh konsumen, namun ketika layanan ini disediakan maka akan menghasilkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi atau melejit bagi konsumen.

#### B. Identifikasi Kansei Word

Pada tahap pengidentifikasian kansei words, dilaksanakan setelah melakukan penyebaran kuesioner kansei word kepada 30 responden, kuesioner yang digunakan berupa jenis kuesioner terbuka untuk memberikan kebebasan pada konsumen dalam menyatakan apresiasi emosionalnya terhadap pelayanan yang diberikan Senyawa cafe. Hasil identifikasi Kansei Words dapat dilihat pada table berikut:

#### C. Usulan Perbaikan

Berikut merupakan atribut-atribut yang perlu usulan perbaikan oleh peneliti kepada pelayanan Senyawa cafe. Dalam usulan perbaikan mengacu pada hasil pengkategorian model Kano yang difokuskan pada kategori Must-Be dan One Dimension dan pada hasil regresi linear dengan keputusan ditolak. Berikut usulan perbaikan yang telah didapatkan dari hasil diskusi wawancara oleh karyawan Senyawa cafe, responden yang berpengaruh dan peneliti.

### IV. KESIMPULAN

1. Pengelompokan atribut pada model kano untuk 14 atribut pelayanan didapatkan atribut pada kategori must-be artinya atribut tersebut termasuk kedalam atribut yang diutamakan perbaikannya. Atribut yang termasuk kategori one-dimensional memiliki 15 atribut layanan artinya atribut tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen secara proposional. Atribut yang termasuk kategori attractive memiliki 1 atribut layanan, yang memiliki arti atribut-atribut tersedia pada jasa atau produk maka akan meningkatkan kepuasan secara drastis, namun apabila atribut ini tidak tersedia tidak akan

mengurangi kepuasan konsumen. Pada metode kansei engineering untuk menilai produk atau jasa melalui perasaan dan emosi yang terdiri dari 9 atribut kansei word diantaranya lengkap, nyaman, strategis, profesional, raman, murah, bersih, estetik dan menarik.

2. Dalam menentukan desain pelayanan berdasarkan intregrasi model kano dan kansei engineering menggunakan analisis regresi linear berganda. Koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel dependen kansei word secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel independen atribut layanan. Berikut ini adalah urutan hasil koefisien determinasi paling berpengaruh :

1. Y1 (Lengkap) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,929, hal ini berarti 92.9% atribut kansei word Lengkap (Y1) dapat dijelaskan oleh 5 atribut layanan sedangkan sisanya 7.1 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

2. Y7 (Bersih) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,883, hal ini berarti 88.3% atribut kansei word bersih (Y7) dapat dijelaskan oleh 4 atribut layanan sedangkan sisanya 11.7% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

3. Y4 (Profesional) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,862, hal ini berarti 86.2% atribut kansei word Profesional (Y4) dapat dijelaskan oleh 5 atribut layanan sedangkan sisanya 13.8 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

4. Y8 (Estetik) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,858, hal ini berarti 85.8% atribut kansei word Lengkap (Y8) dapat dijelaskan oleh 4 atribut layanan sedangkan sisanya 14.2 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

5. Y5 (Ramah) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,836, hal ini berarti 83.6% atribut kansei word Lengkap (Y5) dapat dijelaskan oleh 4 atribut layanan sedangkan sisanya 16.4 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

6. Y6 (Murah) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,830, hal ini

berarti 83% atribut kansei word Lengkap (Y6) dapat dijelaskan oleh 3 atribut layanan sedangkan sisanya 17 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

7. Y2 (Nyaman) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,824, hal ini berarti 82.4% atribut kansei word Nyaman (Y2) dapat dijelaskan oleh 4 atribut layanan sedangkan sisanya 17.6 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

8. Y9 (Menarik) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,777, hal ini berarti 77.7% atribut kansei word Menarik (Y9) dapat dijelaskan oleh 2 atribut layanan sedangkan sisanya 22.3 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

9. Y3 (Strategis) menunjukkan bahwa besarnya adjusted R square adalah 0,05 hal ini berarti 5% atribut kansei word Strategis (Y3) dapat dijelaskan oleh 1 atribut layanan sedangkan sisanya 95 % dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain di luar model regresi.

## 5. Saran

Bagi peneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini adalah diharapkan penelitian selanjutnya menambah atribut pada identifikasi kansei word dan dapat memperluas objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nagamichi, M., & Lookman, A. M. (2016). Innovations of Kansei engineering. CRC Press.
- [2] Utami, E. (2015). Pendekatan Model Kano Pada Quality Function Deployment Untuk Perbaikan Kualitas