

Implementasi Metode *Servqual* Dan *Quality Function Deployment* Untuk Mengukur Kualitas Pelayanan Cafe Pastor Ngagel Surabaya

Benediktus Triwibowo Basuki^{1*}, Lilis Nurhayati², David Andrian³

^{1,2,3} Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Darma Cendika

*Email: benediktusbasuki7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyelesaikan permasalahan keterlambatan penyajian dan tingginya kesalahan pesanan di Cafe Pastor Ngagel Surabaya. Melalui survei 102 responden, kualitas pelayanan dievaluasi menggunakan metode *SERVQUAL* pada 25 atribut. Hasilnya, 13 atribut bernilai positif (seperti sikap ramah pekerja) dan 2 atribut bernilai nol yang menunjukkan kepuasan dan perlu dipertahankan. Sebaliknya, 10 atribut memiliki *gap* negatif dengan kesenjangan terburuk pada kurangnya peralatan modern (-0,559), desain interior (-0,451), dan inkonsistensi rasa kopi (-0,324). Atribut negatif tersebut diintegrasikan ke dalam matriks *House of Quality* (HoQ) menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). QFD menetapkan tiga prioritas utama perbaikan: (1) standarisasi waktu pembuatan kopi (skor 271,86), (2) kalibrasi rasa (212,62), dan (3) modernisasi alat (198,23). Implikasi praktisnya, manajemen cafe dapat memfokuskan sumber daya secara presisi untuk meningkatkan efisiensi waktu layanan dan konsistensi mutu produk.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *SERVQUAL*, *QFD*, *HoQ*, Cafe

ABSTRACT

This study aims to resolve operational issues of slow service and high order error rates at Cafe Pastor Ngagel Surabaya. Through a survey of 102 respondents, service quality was evaluated using the SERVQUAL method across 25 attributes. The results showed 13 attributes with positive gaps (such as friendly staff) and 2 with zero gaps, indicating customer satisfaction that must be maintained. Conversely, 10 attributes had negative gaps, with the worst being the lack of modern equipment (-0.559), interior design (-0.451), and coffee taste inconsistency (-0.324). These negative attributes were integrated into the House of Quality (HoQ) matrix using Quality Function Deployment (QFD). QFD established three top improvement priorities: (1) standardization of coffee preparation time (score 271.86), (2) taste calibration (212.62), and (3) equipment modernization (198.23). The practical implication is that management can precisely focus resources to improve service time efficiency and product consistency.

Keywords: Service Quality, *SERVQUAL*, *QFD*, *HoQ*, Cafe.

1. Pendahuluan

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan makanan dan minuman serta perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan cafe sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman sekaligus melakukan berbagai aktivitas sosial maupun produktif. Perkembangan tersebut mendorong persaingan pada sektor *Food and Beverage* sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan pelanggan (Jerry & Lupiana, 2023). Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting karena pelanggan tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kecepatan, ketepatan, kenyamanan, dan fasilitas yang diberikan selama memperoleh pelayanan Nadhila Ilmi (2021). Ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima dapat menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu usaha (Monika & Telagawathi, 2024).

Cafe Pastor Ngagel Surabaya yang berdiri sejak 2019 merupakan usaha kuliner yang menyediakan berbagai makanan dan minuman dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung. Namun, berdasarkan data internal Januari–Mei 2026, masih ditemukan keterlambatan penyajian dan kesalahan pesanan serta perubahan jumlah kunjungan pelanggan setiap bulan, sehingga diperlukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, metode *SERVQUAL* digunakan untuk mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan melalui lima dimensi kualitas pelayanan, sedangkan *QFD* digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi prioritas perbaikan melalui *House of Quality (HOQ)*. Integrasi kedua metode tersebut diharapkan dapat menghasilkan prioritas perbaikan yang sesuai dengan kondisi operasional Cafe Pastor Ngagel Surabaya serta mendukung peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Data Keterlambatan dan Kesalahan

No	Bulan	Data Keterlambatan	Data Kesalahan pesanan
1	Januari	19	34
2	Februari	11	28
3	Maret	15	32
4	April	9	24
5	Mei	17	29

Sumber: Pengumpulan data 2026.

Dapat disimpulkan bahwa operasional harian cafe masih sering tersendat setiap bulannya. Pada bulan Januari, staf paling sering melakukan kesalahan dalam memberikan pesanan hingga 34 kali. Tingkat kelambatan dan kesalahan yang setinggi ini akan menyebabkan turunya rasa kepercayaan pelanggan terhadap cafe tersebut. Ketika pesanan sering salah dan datangnya lama, maka pelanggan merasa dirugikan. Sepanjang periode tahun 2026 (Januari-Mei), tren kedatangan pengunjung terlihat tidak stabil dan sulit diprediksi.

Tabel 2. Data kunjungan customer.

Data Kunjungan Customer Bulan Januari - Mei 2026					Rekapitulasi
Bulan	minggu 1	minggu 2	minggu 3	minggu 4	1 bulan
Januari	195	203	165	245	808
Februari	158	198	167	173	696
Maret	418	329	223	190	1160
April	201	287	323	405	1216
Mei	347	293	207	197	1044

Sumber: Pengumpulan data 2026

Penelitian sebelumnya menggunakan metode *SERVQUAL* dan *QFD* untuk menganalisis kualitas pelayanan serta menentukan atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan. Penelitian Alamsyah et al. (2024) menunjukkan bahwa integrasi *SERVQUAL* dan *QFD* dapat digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan pelayanan sekaligus menentukan prioritas perbaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Namun, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada penerjemahan persepsi secara umum. Penelitian ini mengembangkan pendekatan tersebut dengan menjadikan data historis operasional yang spesifik, yaitu data keterlambatan penyajian dan kesalahan pesanan selama periode Januari–Mei 2026, sebagai landasan penelitian dalam memvalidasi parameter *Voice of Customer (VoC)* pada matriks *House of Quality (HoQ)*.

Kebaruan ilmiah penelitian ini terletak pada kontribusi metodologis dalam penentuan tingkat urgensi perbaikan melalui kombinasi analisis nilai *Improvement Ratio* (IR) dan *Normalized Raw Weight* (NRW) yang difokuskan secara khusus untuk menyelesaikan permasalahan operasional harian. Selain itu, temuan spesifik yang membedakan studi ini dari penelitian terdahulu adalah teridentifikasinya sinergi teknis pada *roof matrix*, di mana permasalahan kesenjangan tertinggi akan menjadi bahan evaluasi dan perbaikan. Pendekatan ini tidak hanya mengukur tingkat kepuasan, tetapi membuktikan secara kuantitatif bahwa prioritas perbaikan teknis yang saling berkorelasi dapat dirumuskan untuk mengatasi akar permasalahan operasional

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan pelayanan yang diberikan Cafe Pastor Ngagel Surabaya, terutama dalam ketepatan dan kecepatan pelayanan. Penelitian ini menggunakan *SERVQUAL* untuk mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan, kemudian hasilnya digunakan sebagai dasar penerapan *QFD* dalam menentukan prioritas perbaikan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas pelayanan, menentukan kesenjangan terbesar sebagai dasar perbaikan, serta merumuskan prioritas peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan menghasilkan rekomendasi perbaikan yang lebih terarah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Cafe Pastor Ngagel Surabaya.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini diestimasi sebanyak 1.170 pengunjung per bulan berdasarkan rata-rata tingkat kunjungan bulanan. Karena jumlah populasi telah terukur secara pasti, penentuan jumlah sampel minimal didasarkan pada rumus *Slovin* dengan penetapan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% guna membatasi bias secara efisien. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian dan merasakan langsung pelayanan di Cafe Pastor Ngagel Surabaya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta wawancara kepada pihak internal cafe. Data tersebut kemudian dievaluasi menggunakan metode *SERVQUAL* untuk menentukan *gap* (kesenjangan) dari setiap atribut, lalu diselesaikan menggunakan metode *QFD* dalam menentukan prioritas perbaikan.

a. Metode *Servqual*

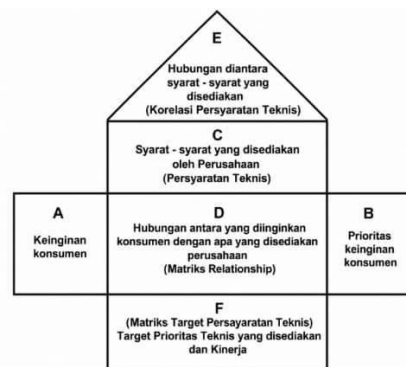
Metode *Servqual* adalah salah satu metode yang dipakai guna mengukur kualitas layanan dari atribut tiap dimensi, sehingga akan didapati nilai *gap* (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah berikan dengan harapan konsumen atas layanan yang seharusnya mereka terima. Hassya & Azwar (2024) menjelaskan bahwa kualitas layanan diukur melalui formula matematis sederhana, yaitu:

$$GAP = PERCEPTION - EXPECTATION$$

b. Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

adalah metode yang digunakan guna menerjemahkan keperluan dan keinginan pelanggan ke dalam karakteristik teknis yang dapat dilakukan perusahaan. Metode ini berfokus pada *voice of customer* sehingga perusahaan dapat mengetahui yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan dan bagaimana cara memenuhinya secara tepat dan benar. Menurut Lutanto et al. (2025) menjelaskan bahwa *QFD* merupakan pendekatan yang

digunakan untuk menganalisis kualitas dengan menghubungkan kebutuhan pelanggan ke dalam spesifikasi teknis melalui matriks *House of Quality (HOQ)*.



Gambar 1. Model Hoq

Sumber : Yoga Pratama et al., (2024)

Perhitungan matriks *House of Quality (HOQ)*. Dapat menggunakan rumus berikut ini :

1. *Importance to Customer (ItC)*

$$ItC = \frac{\sum X}{n} \quad (2.1)$$

Keterangan

$\sum X$: Total skor kepentingan

n : Jumlah responden

2. *Customer Satisfaction Performance (CuSP)*

$$CuSP = \frac{\sum Y}{n} \quad (2.2)$$

Keterangan

$\sum Y$: Total skor persepsi pelanggan

n : Jumlah responden

3. *ImprovementRatio (IR)*

$$IR = \frac{Goal}{CuSP} \quad (2.3)$$

Keterangan

Goal : *Goal*

CuSP : *Customer Satisfaction Performance*

4. *Raw Weight (RW)*

$$RW = ItC \times IR \times SP \quad (2.4)$$

Keterangan

ItC : *Importance to Customer*

IR : *ImprovementRatio*

SP : *Sales Poin*

5. *Normalized Raw Weight (NRW)*

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW} \quad (2.5)$$

Keterangan

RW : *Raw Weight*

$\sum RW$: *Total Raw Weight*

c. Jumlah Sampel

Penentuan ukuran sampel minimal pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Tingkat toleransi kesalahan (*margin error/e*) yang ditetapkan adalah 10% (0,1) Penggunaan tingkat kesalahan 10% dipilih karena dianggap representatif dan sering

digunakan dalam penelitian tingkat kepuasan konsumen guna membatasi bias, namun tetap menghasilkan jumlah sampel yang efisien dan memungkinkan untuk dicapai di lapangan. Berikut adalah perhitungan batas minimal sampel:

$$n = \frac{1.170}{1 + 1.170(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.170}{12.7} = 92,13$$

Berdasarkan hasil perhitungan matematis tersebut, dibutuhkan sampel minimal sebanyak 92 responden agar data dinyatakan valid secara statistik. Dalam pelaksanaannya, peneliti berhasil mengumpulkan respons aktual dari 102 responden yang sepenuhnya memenuhi kriteria *purposive sampling*. Karena ukuran sampel aktual telah melampaui batas minimal yang disyaratkan, maka seluruh data dari 102 responden tersebut dinyatakan layak dan digunakan secara keseluruhan di dalam tahapan analisis.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Uji Instrumen

Kuesioner yang baik harus mencakup dua kriteria utama, yaitu valid (sah) dan reliabel (andal). Oleh sebab itu, sebelum melangkah pada tahapan analisis data lebih lanjut, peneliti perlu melakukan uji instrumen penelitian guna menetapkan bahwa data yang terkumpul merepresentasikan variabel yang sedang diteliti secara tepat dan konsisten.

3.1.1 Uji Validitas

Penelitian ini menerapkan sampel sebanyak 102 responden ($N = 102$). Jika nilai r hitung $> r$ tabel (0,19) dan nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) $< 0,05$, maka butir pernyataan instrumen dikatakan Valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
PXA1	0,529	0,1946	0,00	Valid
PXA2	0,328	0,1946	0,00	Valid
PXA3	0,642	0,1946	0,00	Valid
PXA4	0,203	0,1946	0,04	Valid
PXA5	0,45	0,1946	0,00	Valid
HXA1	0,547	0,1946	0,00	Valid
HXA2	0,546	0,1946	0,00	Valid
HXA3	0,544	0,1946	0,00	Valid
HXA4	0,499	0,1946	0,00	Valid
HXA5	0,385	0,1946	0,00	Valid
PXB1	0,565	0,1946	0,00	Valid
PXB2	0,634	0,1946	0,00	Valid
PXB3	0,376	0,1946	0,00	Valid
PXB4	0,438	0,1946	0,00	Valid
PXB5	0,562	0,1946	0,00	Valid
HXB1	0,698	0,1946	0,00	Valid
HXB2	0,571	0,1946	0,00	Valid
HXB3	0,579	0,1946	0,00	Valid

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
HXB4	0,679	0,1946	0,00	Valid
HXB5	0,601	0,1946	0,00	Valid
PXC1	0,594	0,1946	0,00	Valid
PXC2	0,587	0,1946	0,00	Valid
PXC3	0,675	0,1946	0,00	Valid
PXC4	0,632	0,1946	0,00	Valid
PXC5	0,473	0,1946	0,00	Valid
HXC1	0,613	0,1946	0,00	Valid
HXC2	0,668	0,1946	0,00	Valid
HXC3	0,658	0,1946	0,00	Valid
HXC4	0,646	0,1946	0,00	Valid
HXC5	0,707	0,1946	0,00	Valid
PXD1	0,574	0,1946	0,00	Valid
PXD2	0,555	0,1946	0,00	Valid
PXD3	0,462	0,1946	0,00	Valid
PXD4	0,307	0,1946	0,002	Valid
PXD5	0,526	0,1946	0,00	Valid
HXD1	0,608	0,1946	0,00	Valid
HXD2	0,63	0,1946	0,00	Valid
HXD3	0,631	0,1946	0,00	Valid
HXD4	0,56	0,1946	0,00	Valid
HXD5	0,607	0,1946	0,00	Valid
PXE1	0,651	0,1946	0,00	Valid
PXE2	0,515	0,1946	0,00	Valid
PXE3	0,643	0,1946	0,00	Valid
PXE4	0,622	0,1946	0,00	Valid
PXE5	0,558	0,1946	0,00	Valid
HXE1	0,714	0,1946	0,00	Valid
HXE2	0,619	0,1946	0,00	Valid
HXE3	0,635	0,1946	0,00	Valid
HXE4	0,649	0,1946	0,00	Valid
HXE5	0,632	0,1946	0,00	Valid

Sumber: Hasil olah data 2026

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan serangkaian proses pengukuran yang bertujuan guna mengetahui sejauh mana hasil suatu penilaian tetap akurat. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* tersebut jauh melampaui batas minimal kriteria yang disyaratkan yakni 0,60

Tabel 4. Hasil uji Reliabilitas

Uji Data Persepsi		Uji Data Harapan	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,906	25	0,938	25

Sumber : Hasil olah data 2026

Dilihat bahwa instrumen penelitian yang terdiri dari 25 butir pernyataan persepsi tersebut menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,906 dan 25 butir pernyataan harapan tersebut menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,938.

3.2 Perhitungan Persepsi dan Harapan

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak cafe sebagian masih berada di bawah ekspektasi konsumen Menggunakan rumus $GAP = PERSEPSI - HARAPAN$

Tabel 5. Hasil uji metode servqual

Dimensi	Kode	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Tangibles</i>	XA1	Desain interior	4,11	4,56	-0,45
	XA2	Kelengkapan fasilitas operasional cafe seperti wifi dan live musik	4,36	4,49	-0,13
	XA3	Cafe memiliki peralatan yang modern	4,09	4,65	-0,56
	XA4	Ketersediaan makanan dan minuman yang sesuai dengan menu	4,49	4,49	0,00
	XA5	Lokasi cafe strategis	4,28	4,44	-0,16
<i>Reliability</i>	XB1	Pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen	4,45	4,47	-0,02
	XB2	konsistensi cita rasa kopi yang disajikan	4,22	4,54	-0,32
	XB3	Karyawan menerima keluhan dari konsumen	4,55	4,52	0,03
	XB4	Kesesuaian harga dalam kualitas minuman	4,47	4,44	0,03
	XB5	Karyawan memberikan pesanan tepat waktu	4,36	4,45	-0,09
<i>Responsiveness</i>	XC1	Pekerja memiliki inisiatif dalam menawarkan produk yang diinginkan pelanggan	4,48	4,47	0,01
	XC2	Karyawan dapat menyelesaikan komplain dari konsumen dengan baik	4,49	4,48	0,01
	XC3	Kecepatan pelayanan yang dilayani	4,40	4,56	-0,16
	XC4	Kecepatan pelayanan saat konsumen membutuhkan sesuatu	4,52	4,50	0,02
	XC5	Karyawan memberitahu kapan pastinya pesanan konsumen selesai	4,40	4,40	0,00
<i>Assurance</i>	XD1	Kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan	4,53	4,49	0,04

Dimensi	Kode	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap
	XD2	Kejujuran pelayanan dalam menyampaikan ketersediaan menu yang masih ada	4,58	4,57	0,01
	XD3	Pelanggan merasa aman pada saat melakukan komplain	4,66	4,63	0,03
	XD4	Kesesuaian harga dalam kualitas makanan dan minuman	4,43	4,42	0,01
	XD5	Kemudahan dalam pembayaran	4,43	4,44	-0,01
<i>Empathy</i>	XE1	pelanggan mendapat pelayanan memuaskan	4,54	4,55	-0,01
	XE2	Cafe memahami kebutuhan konsumen dengan baik	4,49	4,46	0,03
	XE3	Pekerja memberikan senyum, sapa, salam dan bersikap ramah terhadap pelanggan	4,65	4,62	0,03
	XE4	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen	4,57	4,52	0,05
	XE5	Bantuan kepada konsumen yang bingung dalam melakukan pesanan	4,63	4,60	0,03

Sumber: Hasil olah data 2026

Hasil perhitungan menunjukkan terdapat sepuluh atribut dengan nilai *gap* negatif, yang berarti pelayanan aktual yang diterima pelanggan masih lebih rendah dibandingkan tingkat harapannya. Nilai *gap* negatif ini menunjukkan adanya indikasi kesenjangan pelayanan yang mendesak untuk segera diperbaiki. Di sisi lain, nilai *gap* positif atau nol menunjukkan bahwa kinerja pelayanan saat ini telah memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Meskipun atribut dengan *gap* positif atau nol bukan menjadi prioritas utama pada tahap perbaikan operasional saat ini, atribut-atribut tersebut tetap memerlukan evaluasi dan pemantauan secara berkala. Hal ini penting agar standar pelayanan yang sudah baik dapat terus dipertahankan dan tidak mengalami penurunan kualitas.

3.2.1 Nilai Negatif

Hasil pengolahan data mengindikasikan kemunculan nilai *gap* bernilai negatif, yang bermakna bahwa realitas pelayanan yang diberikan pelanggan masih berada di bawah standar ekspektasi pelanggan.

Tabel 6. Hasil uji *servqual* nilai negatif

Variabel	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap
XA3	Cafe memiliki peralatan yang modern	4,09	4,6	-0,56
XA1	Desain interior	4,11	4,6	-0,45
XB2	konsistensi cita rasa kopi yang disajikan	4,22	4,5	-0,32
XA5	Lokasi cafe strategis	4,28	4,4	-0,16
XC3	Kecepatan pelayanan yang dilayani	4,40	4,6	-0,16
XA2	Kelengkapan fasilitas operasional cafe seperti wifi dan live musik	4,36	4,5	-0,13

Variabel	Pernyataan	Persepsi	Harapan	Gap
XB5	Karyawan memberikan pesanan tepat waktu	4,36	4,5	-0,09
XB1	Pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen	4,45	4,5	-0,02
XD5	Kemudahan dalam pembayaran	4,43	4,4	-0,01
XE1	pelanggan mendapat pelayanan memuaskan	4,54	4,5	-0,01

Sumber: Hasil olah data 2026

Indikator yang bernilai negatif perlu dilakukan perbaikan secara teknis. Indikator tersebut menjadi bahan analisis pada proses *QFD*. Temuan kualitas ini tidak berhenti di sini, melainkan diintegrasikan secara berkelanjutan ke dalam metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Pendekatan ini akan menjadikan nilai gap tersebut sebagai parameter dasar dalam menetapkan prioritas perbaikan kualitas layanan

3.4 Implementasi QFD

Tahapan analisis dalam penelitian ini diintegrasikan dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Pendekatan *QFD* difungsikan untuk mengakomodasi atribut bernilai negatif dari hasil *SERVQUAL* sebagai *Voice of Customer (VoC)*, untuk selanjutnya dikonversi menjadi serangkaian karakteristik teknis yang aplikatif bagi pihak manajemen

3.4.1 Hubungan *What's* dan *How's*

Matriks *House of Quality (HoQ)* dalam metode *Quality Function Deployment (QFD)* terdiri dari *WHATs* sebagai *Voice of Customer (VoC)* yang diperoleh dari atribut *SERVQUAL* dengan nilai *gap* negatif dan ditempatkan pada bagian kiri matriks, sedangkan bagian atas matriks diisi oleh *HOWs* sebagai respons teknis operasional. Guna memastikan hasil *QFD* valid dan dapat direplikasi, perumusan *HOWs* ditetapkan melalui wawancara dan diskusi terfokus bersama pihak internal yang memahami sistem kerja cafe, yaitu Manajer Cafe dan Barista Cafe Pastor Ngagel Surabaya. Proses penetapan dilakukan dengan memaparkan 10 atribut *VoC* bernilai *gap* negatif kepada pihak internal tersebut, mengevaluasi permasalahannya, dan merumuskan solusi teknis yang paling layak untuk diterapkan secara operasional. Selanjutnya, penentuan korelasi antara *WHATs* dan *HOWs* juga dinilai secara langsung oleh Manajer Cafe dan Barista berdasarkan dampak respons teknis tersebut terhadap penyelesaian keluhan pelanggan. Hubungan ini kemudian dikuantifikasi menjadi tingkat hubungan kuat (●) yang bernilai 9, hubungan sedang (○) yang bernilai 3, dan hubungan lemah (△) yang bernilai 1, sehingga prioritas perbaikan yang dihasilkan sangat presisi dan sesuai dengan realitas operasional di lapangan.

	What's	How's														
		Modernisasi Perangkat Mesin Kopi dan Bar	Melakukan perawatan rutin mesin kopi dan penggilang kopi	Penataan ulang Desain Interior	Implementasi Standarisasi Kalibrasi Rasa pada menu kopi	Promosi supaya lebih dikenal melalui media sosial	Redesain Alur Kerja Bar supaya antrian tetap optimal	Membuat kode token wifi untuk stok cafe selama jam oprasional	Kolaborasi dengan komunitas guna mengadakan live music	Akses internet untuk kelancaran pembayaran digital dan uang receh untuk kembalian	Evaluasi anggota karyawan disetiap pergantian jam kerja	Manajemen Bahan Baku (FIFO)	Standarisasi waktu dalam pembuatan menu kopi	melakukan pengecekan sebelum disajikan kepada customer	Standarisasi respon cepat karyawan terhadap pelanggan yang membutuhkan sesuatu	Melakukan konfirmasi ulang pesanan untuk menghindari kesalahan
4,6	Kedai kopi memiliki peralatan yang modern	●	●													
4,6	Desain interior			●												
4,5	Kesesuaian dan konsistensi cita rasa kopi yang disajikan	○	○		●						●	○	○			
4,4	Lokasi kafe strategis					●										
4,6	Keccepatan pelayanan yang dilayani	○					●					●			○	
4,5	Kelengkapan fasilitas operasional kafe seperti wifi dan live musik							●	●							
4,5	Karyawan memberikan pesanan tepat waktu	○					○					●				○
4,5	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen	△			○			△		△		○	○	●	●	
4,4	Kemudahan dalam pembayaran						△		●							
4,5	Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan				○		△	△	△	●		○	○	●	○	

Gambar 2. Hubungan antara *what's* dan *how's*
Sumber: Hasil olah data 2026

3.4.2. Matrix Perencanaan pelanggan

Bagian Customer Planning Room yang terletak pada sisi kanan matriks *House of Quality (HoQ)* berfungsi sebagai instrumen evaluasi kuantitatif yang mendasari penentuan skala prioritas perbaikan layanan secara sistematis.

Tabel 7. Hasil perhitungan perencanaan pelanggan

ItC	CuSp	Goal	IR	SP	RW	NRW
4,65	4,09	4,65	1,137	1,2	6,34	10,30
4,56	4,1	4,56	1,110	1,5	7,59	12,33

4,54	4,22	4,54	1,077	1,5	7,33	11,91
4,44	4,28	4,44	1,037	1,2	5,52	8,97
4,56	4,40	4,56	1,036	1,5	7,08	11,50
4,49	4,36	4,49	1,029	1,5	6,93	11,26
4,45	4,36	4,45	1,020	1,2	5,45	8,85
4,47	4,45	4,47	1,004	1,2	5,39	8,75
4,44	4,43	4,44	1,002	1	4,45	7,23
4,55	4,54	4,55	1,002	1,2	5,47	8,89
					Total	
					61,56	100

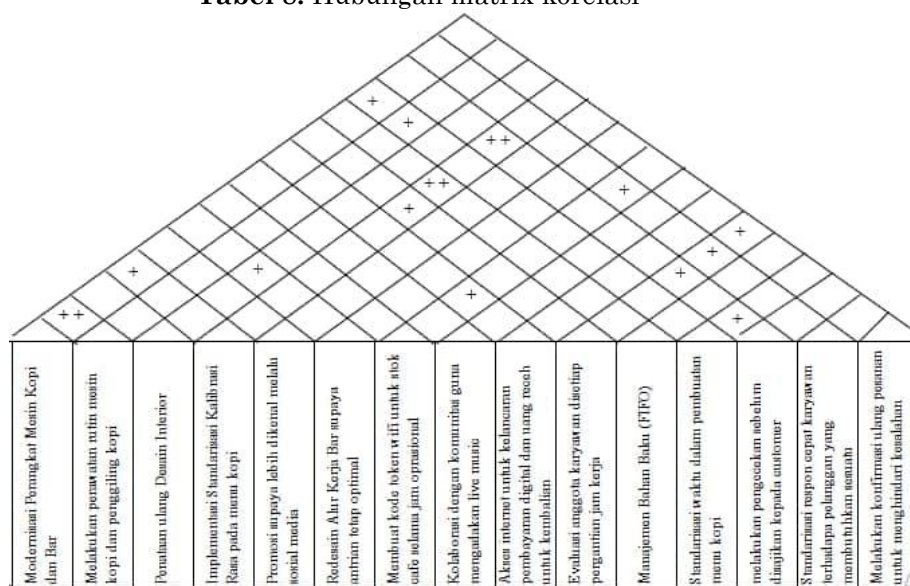
Sumber : Hasil olah data 2026

Hasil *Customer Planning Room* menunjukkan bahwa prioritas perbaikan pelayanan Cafe Pastor Ngagel Surabaya ditentukan oleh kesenjangan antara kepentingan pelanggan dan kinerja aktual. Atribut pertama menjadi temuan paling kritis dengan nilai *ItC* 4,65, *CuSP* 4,09, dan *Improvement Ratio (IR)* tertinggi sebesar 1,137, yang menunjukkan bahwa harapan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi sehingga membutuhkan upaya perbaikan lebih besar. Nilai *Normalized Raw Weight (NRW)* sebesar 7,23%–12,33% juga menunjukkan perbedaan tingkat urgensi, dengan *NRW* 12,33% menjadi prioritas utama karena memberikan kontribusi terbesar terhadap kebutuhan perbaikan. Temuan ini sejalan dengan Maulana & Andesta (2025) yang menggunakan *SERVQUAL* dan *QFD* untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan, yaitu hasil pengukuran kebutuhan pelanggan dijadikan dasar dalam menentukan perbaikan pelayanan. Perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan penentuan tingkat urgensi perbaikan pada Cafe Pastor Ngagel Surabaya melalui kombinasi nilai *IR* dan *NRW*, sehingga atribut dengan kebutuhan peningkatan terbesar dapat ditetapkan sebagai fokus utama perbaikan.

3.4.3 Matriks Korelasi Atas

Identifikasi hubungan antar-respon teknis divisualisasikan melalui bagian atap (*roof matrix*) yang merupakan struktur segitiga paling atas dalam skema *House of Quality* (*HoQ*). Analisis

Tabel 8. Hubungan matrix korelasi

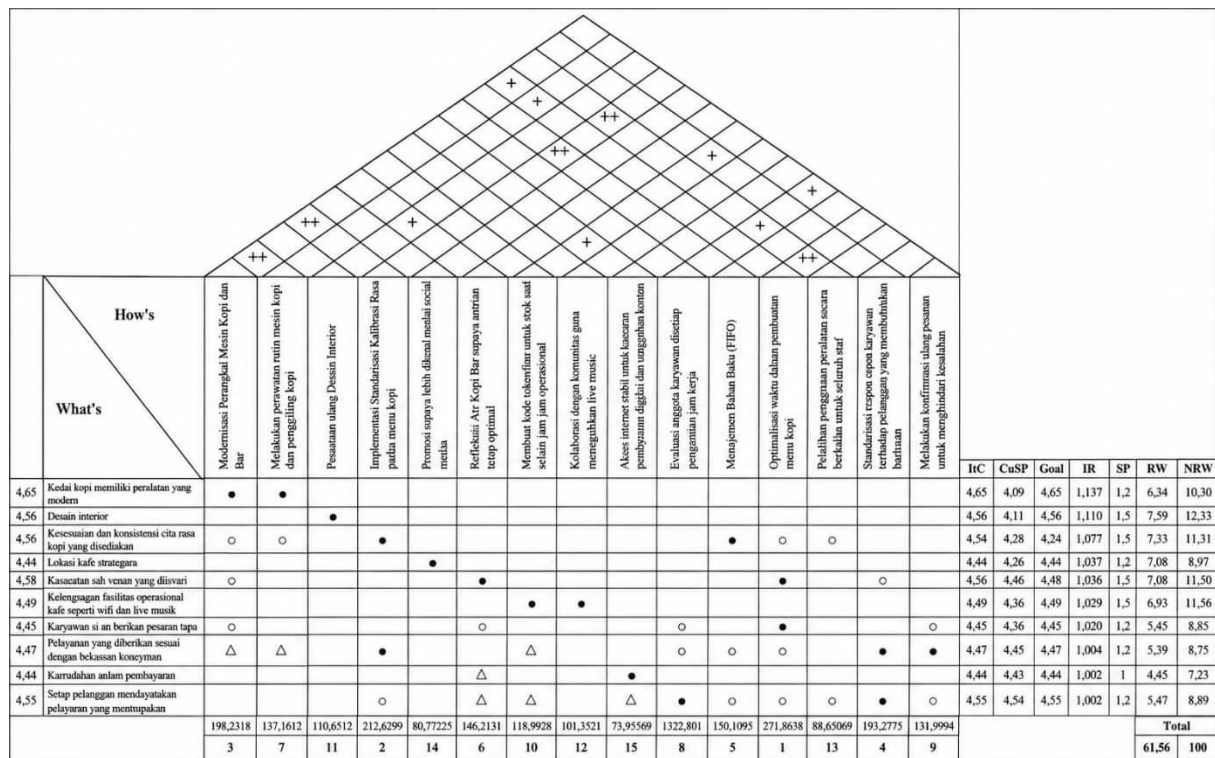


Sumber: Hasil olah data 2026

Komponen ini dilakukan untuk menandai pengaruh timbal balik dari setiap usulan perbaikan teknis, sehingga manajemen dapat memprediksi apakah suatu kebijakan operasional akan saling memperkuat satu sama lain atau justru menimbulkan kontradiksi fungsional (*trade-off*). Mengacu pada hasil pemetaan matriks ini, terlihat sinergi yang signifikan (++) antara usulan Modernisasi Perangkat Mesin Kopi dan Bar dengan komitmen Melakukan perawatan rutin mesin kopi serta penggiling kopi. Di samping itu, ditemukan korelasi positif (+) antara penetapan Standarisasi waktu pembuatan menu kopi dengan kebijakan Standarisasi respon cepat karyawan terhadap pelanggan.

3.4.4. Penentuan Prioritas Target dan Peringkat

Bagian terakhir dari perhitungan matematis dalam metode *Quality Function Deployment (QFD)* terletak pada baris paling bawah dari matriks *House of Quality (HoQ)*. Fokus utama terhadap penelitian ini adalah untuk menentukan nilai skor prioritas dari setiap respon teknis serta menyusun urutan mana yang harus dikerjakan terlebih dahulu oleh pihak manajemen. Nilai akhir untuk setiap poin usulan ini didapatkan dari hasil perkalian antara bobot kepentingan pelanggan (*Normalized Raw Weight*) dengan nilai kekuatan hubungan yang ada pada matriks relasi.



Gambar 3. Matriks *HoQ*
Sumber: Hasil olah data 2026

Hasil *ranking* respons teknis menunjukkan bahwa standarisasi waktu pembuatan menu kopi menjadi prioritas utama dengan skor tertinggi (271,86), diikuti oleh standarisasi kalibrasi rasa sebesar 212,62 dan modernisasi perangkat mesin kopi dan bar sebesar 198,23. Standarisasi waktu memperoleh skor prioritas tertinggi karena respons teknis ini memiliki korelasi penyelesaian yang paling kuat terhadap atribut-atribut dengan *gap* negatif terbesar bagi pelanggan. Implementasi standarisasi ini di Cafe Pastor Ngagel Surabaya dapat dilakukan melalui penyusunan *Standard Operating Procedure* (SOP) baku yang membatasi durasi maksimal pembuatan tiap kategori minuman, serta melakukan simulasi efisiensi pergerakan bagi barista di area bar.

Temuan ini memberikan interpretasi strategis yang menjawab permasalahan utama penelitian. Fokus perbaikan pada kecepatan dan konsistensi rasa produk merupakan solusi untuk mengeliminasi hambatan operasional berupa tingginya tingkat keterlambatan penyajian dan frekuensi kesalahan pesanan yang terjadi sepanjang periode Januari–Mei 2026. Dengan merealisasikan prioritas teknis ini, manajemen tidak hanya memperbaiki angka kesenjangan kualitas, tetapi juga secara langsung memperbaiki pelayanan pada cafe pastor ngagel surabaya.

Hasil tersebut sejalan dengan Putri et al. (2025) yang menunjukkan bahwa integrasi *SERVQUAL* dan *QFD* dapat digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi prioritas teknis. Namun, penelitian ini lebih menonjolkan penyelesaian masalah operasional harian yang spesifik (waktu dan konsistensi) sebagai tindakan korektif utama. Temuan ini juga sejalan dengan Saputra (2024) yang menerapkan *QFD* untuk meningkatkan layanan pada Albania Coffee & Resto, sedangkan penelitian ini menunjukkan prioritas yang lebih spesifik berdasarkan kondisi operasional Cafe Pastor Ngagel Surabaya. Selain itu, hasil penelitian memperkuat penelitian Putri & Pujianto, (2021) mengenai integrasi *SERVQUAL* dan *QFD* dalam peningkatan kualitas pelayanan, karena kebutuhan pelanggan yang telah diidentifikasi dapat diterjemahkan menjadi tindakan teknis yang lebih terukur.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan Cafe Pastor Ngagel Surabaya menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Quality Function Deployment (QFD)*, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan Cafe Pastor Ngagel Surabaya belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Dari 25 atribut yang dianalisis, terdapat 10 atribut dengan *gap* negatif sebagai fokus perbaikan, 13 atribut dengan *gap* positif, dan 2 atribut dengan *gap* nol yang perlu dipertahankan.
2. *Gap* negatif terbesar terdapat pada peralatan modern (XA3) sebesar -0,559, desain interior (XA1) sebesar -0,451, dan inkonsistensi cita rasa kopi (XB2) sebesar -0,324. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas, kondisi fisik cafe, dan konsistensi kualitas produk menjadi aspek penting dalam memenuhi harapan pelanggan.
3. Penerapan *QFD* melalui *House of Quality (HoQ)* menerjemahkan atribut dengan *gap* negatif menjadi kebutuhan pelanggan (*Voice of Customer*) dan respons teknis untuk perbaikan. Hasil *ranking* menunjukkan standardisasi waktu pembuatan menu kopi menjadi prioritas utama dengan skor 271,86, diikuti standardisasi kalibrasi rasa menu kopi sebesar 212,62 dan modernisasi perangkat mesin kopi dan bar sebesar 198,23. Dengan demikian, perbaikan kualitas pelayanan Cafe Pastor Ngagel Surabaya perlu difokuskan pada percepatan proses pelayanan, konsistensi rasa, dan peningkatan fasilitas operasional.

5. Daftar Pustaka

- Alamsyah, B. W., Suprihatin, E., & Hidayah, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Quality Function Deployment (QFD)* Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Café Seling Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10087–10095.
- Fais, M. A., & Mohamad, S. (2024). Analisa Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Service Quality* Studi Kasus (Restoran AKS). *Industrial & System Engineering Journals (ISEJOU)*, 2(2), 177–182.
- Hassya, A. F., & Azwar, A. G. (2024). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* di PT. Pakar Biomedika Indonesia. *Rekayasa Industri Dan Mesin (ReTIMS)*, 6(1), 1–7.

- Lutanto, A., Sakarinto, W., Maula, M. I., Nugroho, K. C., & Hilmy, F. (2025). Pendekatan *Quality Function Deployment* dengan *House of Quality* untuk Menganalisis Mutu Produk: Studi Kasus Radiator Cover Merek ARM. *Jurnal Rekayasa Mesin*, 20(1), 27–36.
- Maulana, P. A., & Andesta, D. (2025). *Service Quality Improvement Planning at AL Coffee Using Service Quality and Quality Function Deployment Methods*. *G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan*, 9(2), 819–828.
- Monika, N. P. S., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tanjung Decoration. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 258–272.
- Nadhila Ilmi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan M22 Mini Cafe Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–15.
- Nadya Novianti Dwi, P., Pujiyanto, T., & Kastaman, R. (2021). Penerapan Metode Quality Function Deployment Yang Terintegrasi Metode Servqual Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dalam Kualitas Pelayanan Di Inaka Coffe Implementation. *Jurnal Ekonomi Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4), 1037–1050.
- Panjaitan, W. J., & Lupiana, F. (2023). Penerapan Tranformasi Digital dan Hambatannya Pada Industri Kuliner di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(2), 278–301.
- Putri, V. T., Novareza, O., Tri, L., Nata, W., Industri, D. T., & Brawijaya, U. (2025). Kualitas Pelayanan Pelanggan *Utilizing SERVQUAL and QFD Frameworks to Strengthen*. *Jurnal Rekayasa Sistem Dan Manajemen Industri*, 02(10), 1030–1041.
- Saputra, R. A. (2024). Analisis Penerapan *Quality Function Deployment (QFD)* dalam Meningkatkan Layanan di Albania Coffee & Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 182–194.
- Sulistiowati, Supriyanto, A., Erstiawan, M. S., Soebijono, T., & Angesti, D. (2025). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Cafe. *Greenomika*, 7(1), 29–42.
- Yoga Pratama, R., Nurdin, R., & Rengganis Sullyartha, E. (2024). Inovasi Layanan Jasa JogjaKita Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 6(2), 100–112.