

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN SMARTFREN MOBILE BROADBAND DENGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (STUDI PADA PT SMARTFREN TELECOM, KOTA BANDUNG)

**ENHANCED SMARTFREN MOBILE BROADBAND QUALITY OF SERVICE USING QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT
(STUDY ON SMARTFREN TELECOM LTD. IN BANDUNG CITY)**

Sabial Rasyad¹, Trisha Gilang Saraswati²

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹Sabilalrasyad7@gmail.com, ²trishasaraswati@gmail.com

Abstrak

Dewasa ini, masyarakat mengalami perubahan gaya hidup yang menuntut internet sebagai kebutuhan dasar. Internet merupakan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah dan melakukan komunikasi tanpa dibatasi oleh faktor geografis. PT Smartfren dengan tagline "i hate slow" menyediakan layanan data melalui Smartfren Mobile Broadband teknologi CDMA EV-DO Rev. B dengan kecepatan akses data sampai 14,7 Mbps. Dalam penelitian ini digunakan metode *Quality Function Deployment* yang dapat membantu pihak PT.SMARTFREN TELECOM dalam mengetahui persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang telah di berikan. Kuisisioner di gunakan untuk mengetahui gap antara persepsi dan harapan terhadap atribut-atribut yang sesuai dengan 6 dimensi broadband yaitu *network connection quality, Costumer Service, installation service, account affair handling service, claim service, overall impression*. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas terdapat 34 atribut yang di nyatakan valid. Beberapa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut yaitu *Selalu Memperbaiki Kualitas Jaringan, Terdapat Menu Pilihan Paket Internet, Tersedia Saluran Keluhan, dan Mempunyai Berbagai Media Sosial Mempermudah Promosi*

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Quality Function Deployment, House of Quality*

Abstract

Nowadays, people experiencing lifestyle changes that require the Internet as a basic necessity. The Internet is a community needs to obtain information easily and communicate without being limited by geographic factors. Smartfren with the tagline "I Hate Slow" provide data services through Smartfren Mobile Broadband technology CDMA EV-DO Rev. B with data access speeds up to 14.7 Mbps. This research used Quality Function Deployment method to This study used a Quality Function Deployment method that can help the PT.SMARTFREN TELECOM to determine the customers perceptions and expectations of the service. Questionnaires are used to determine the gap between perception and expectation of the attributes that correspond to the six dimensions of broadband, ie network connection quality, Costumer Service, installation service, account affair handling service, claim service, overall impression. The results of this research based on the validity and reliability test there are 34 attributes that declared valid. Some level of consumer interests against attribute are Always Improve Network Quality, There is an Internet Package Menu Options, Availability of Channel Complaints, and Having a Variety of Social Media Facilitates Promotions.

Keywords: Quality of Service, Quality Function Development, Smartfren Ltd.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, masyarakat mengalami perubahan gaya hidup yang menuntut internet sebagai kebutuhan dasar. Internet merupakan kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah dan melakukan komunikasi tanpa dibatasi oleh faktor geografis. Melihat peluang besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia, banyak perusahaan yang menyediakan layanan internet. Beberapa perusahaan itu adalah PT Indonesia Satellite Corporation, PT Excelcomindo Pratama Tbk., PT Hutchinson CP Telecommunication, PT Natrindo Telepon Seluler, dan PT Telekomunikasi Seluler.

PT Smartfren dengan tagline "i hate slow" menyediakan layanan data melalui Smartfren Mobile Broadband teknologi CDMA EV-DO Rev. B dengan kecepatan akses data sampai 14,7 Mbps. Teknologi CDMA EV-DO Rev. B disetarakan dengan teknologi 3,5 G pada GSM. Dengan berbekal teknologi tersebut, Smartfren bersiap untuk menghadapi persaingan *Mobile broadband* dengan pesaing, baik di GSM maupun di CDMA. (*Annual Report PT Smartfren Telecom Tbk. 2014*).

2. Dasar Teori

2.1 Manajemen Operasi

Manajemen Operasi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output (Heizer & Render, 2006). Selain itu, menurut Ishak (2010:2)

manajemen operasi sebagai pengelola sistem transformasi yang mengubah masukan menjadi barang atau jasa. Yang menjadi masukan sistem tersebut adalah energi, material, tenaga kerja, modal dan informasi.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Heizer & Render (2009:12) mendefinisikan jasa (*service*) adalah aktivitas ekonomi yang biasanya menghasilkan produk tidak nyata, seperti pendidikan, hiburan, penginapan, pemerintahan, keuangan, dan layanan kesehatan.

2.3 QFD (Quality Function Deployment)

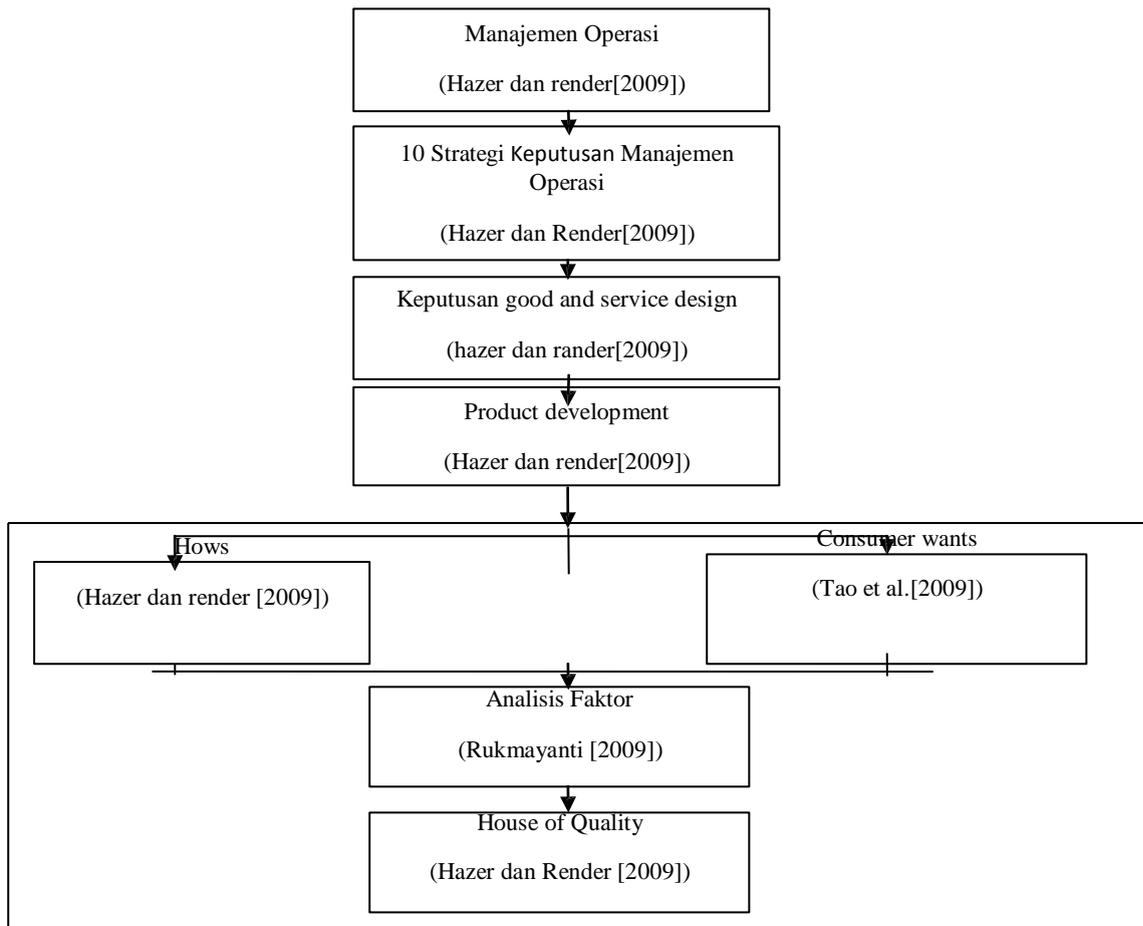
Pengertian QFD menurut Wijaya (2011:45) adalah pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat. Pada prinsipnya, QFD membantu mendengarkan suara atau keinginan konsumen dan berguna untuk *brainstorming sessions* bagi tim pengembangan dalam menentukan cara terbaik memenuhi keinginan konsumen. Didalam QFD terdapat alat yang bernama HoQ (*House of Quality*).

2.4 HOQ (House Of Quality)

House of Quality adalah teknik grafis untuk mendefinisikan hubungan antara keinginan pelanggan dengan produk atau layanan. Terdapat tujuh langkah pokok yang digunakan untuk membuat HoQ. Ketujuh langkah tersebut menurut Heizer dan Render (2009:141) adalah:

1. Mengidentifikasi *customer want*. Langkah ini menentukan apa yang diinginkan prospek pelanggan terhadap produk tersebut.
2. Mengidentifikasi bagaimana (*hows*) suatu produk atau layanan akan memuaskan keinginan pelanggan (*customer wants*).
3. Menghubungkan *customer wants* dengan *hows*
4. Mengidentifikasi hubungan antar *hows*.

3. Kerangka Pemikiran



4. Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskripsi. Analisis data yang digunakan metode *Quality Function Deployment*. Populasi dalam penelitian pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *sampling judgmental*, dengan jumlah responden sebanyak 100. Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Karena jumlah populasi tidak diketahui, penelitian ini menggunakan rumus perhitungan minimum bernouli dalam Irian dan Barokah (2012).

5. Pembahasan

a. Kesenjangan atribut customer want

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam kuesioner yang disebarakan yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner *service quality internet mobile broadband*. Atribut kuesioner dibuat berdasarkan pada kebutuhan konsumen yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan dan hasil wawancara. Atribut-atribut kuesioner diklasifikasikan kedalam 6 (enam) dimensi yaitu, *Network Connection Quality* (Kualitas Jaringan Internet), *Customer Service* (Pelayanan Konsumen), *Installation Service* (Pelayanan Pemasangan), *Account Affair Handling Service* (Layanan Penanganan Akun), *Claim Service* (Layanan Keluhan), *Overall Impression* (Kesan Keseluruhan)

Dimensi	Atribut Layanan	Customer Statifaction		
		Kepuasan	Harapan	Gap
Network Connection Quality (Kualitas Jaringan Internet)	Kecepatan <i>download</i> .	251	251	0
	Kecepatan <i>upload</i>	271	245	26
	Kualitas sinyal internet	250	253	-3
	Koneksi akses internet	256	227	29
	Jangkauan luas sinyal	252	253	-1
	Kecepatan <i>Browsing</i>	263	249	14
	Kecepatan dan kualitas <i>streaming</i> video	258	259	-1
	Kecepatan kirim email	261	240	21
Customer Service (Pelayanan Konsumen)	<i>Customer service</i> bisa dihubungi via telepon dengan cepat	255	240	15
	<i>Customer service</i> memberikan layanan dengan efektif	252	256	-4
	<i>Customer service</i> memberikan layanan dengan efisien	278	258	20
	<i>Customer service</i> paham pertanyaan pelanggan	250	253	-3
	<i>Customer service</i> memberikan layana dengan ramah	250	263	-13
	<i>Customer service</i> memberikan informasi dengan lengkap dan tepat.	265	253	12
	<i>Customer service</i> memberikan informasi dengan jelas dan mudah di pahami.	261	258	3
	<i>Customer service</i> memberikan layanan dengan professional	258	249	9
Installation Service (Pelayanan Pemasangan)	Kemudahan proses instalasi dan <i>setting</i> internet	278	231	47
	Kemudahan registrasi paket internet	271	258	13

	Kecepatan registrasi paket internet	274	277	-3
	Keberhasilan registrasi paket internet	276	263	13
Account Affair Handing Service (Layanan penanganan akun)	Ketersediaan paket-paket internet	265	267	-2
	Kesesuaian paket internet dengan kenyataan pemakaian	251	249	2
	Keakuratan tagihan pemakaian internet	273	258	15
	Kemudahan cek status paket internet	272	245	27
	Kemudahan pengisian pulsa	279	259	20
	Kecepatan pulsa di terima	257	242	15
	Claim Service (Layanan keluhan)	Saluran media untuk keluhan pelanggan	257	265
Kemudahan dalam akses media keluhan		254	271	-17
Kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan		253	265	-12
Keberhasilan menyelesaikan keluhan pelanggan		255	231	24
Overall Impression (Kesan keseluruhan)	Nama baik perusahaan	276	251	25
	Media promosi yang beragam	273	248	25
	Promosi layanan internet yang menarik	257	267	-10
	Kesesuaian promosi internet dengan kenyataan	263	236	27

b. Nilai Rata-Rata Gap Tiap Dimensi Mobile Broadband

Dari atribut-atribut pada Tabel 2, kemudian dibuat kuesioner dan disebarikan kepada 100 pelanggan *Smartfren Mobile Broadband*. Dari hasil kuesioner didapatkan 34 atribut yang valid, kemudian dari 34 atribut tersebut dihitung jumlah dari persepsi dan harapan yang bisa dilihat pada Tabel 2 dan dilakukan analisis gap untuk mengetahui antara selisih persepsi dan harapan untuk setiap atribut.

No	Dimensi	Nilai Rata-Rata
1	Network Connection Quality (Kualitas Jaringan Internet)	10.6
2	Costumer Service (Pelayanan Konsumen)	4.9
3	Installation Service (Pelayanan pemasangan)	17.5
4	Account Affair Handing Service (Layanan penanganan akun)	12.8
5	Claim Service (Layanan keluhan)	-3.3
6	Overall Impression (Kesan keseluruhan)	16.8

Hasil ini menunjukkan bahwa keinginan customer dapat memenuhi keinginan konsumen *Smartfren* kecuali dimensi *claim Service* (Layanan keluhan). Sehingga perlu adanya perbaikan kualitas pelayanan pada PT. *Smartfren*.

C. Analisis *Quality Function Deployment*

Langkah selanjutnya setelah melakukan analisis gap dengan menggunakan metode *service quality mobile Broadband*, adalah melakukan analisis *Quality Function deployment* (QFD). Pada pembuatan *House of Quality* terdapat beberapa tahap yaitu:

1. Analisis *Customer Wants/Customer Requirement* (Whats)

Pada hasil analisis dengan menggunakan *Service Quality Mobile Broadband* disimpulkan bahwa terdapat 34 atribut yang akan dijadikan sebagai *voice of customer* pada pembuatan *House of Quality*.

Voice of Customer

- Kecepatan *download*.
- Kecepatan *upload*.
- Kualitas sinyal internet.
- Koneksi akses internet.
- Jangkauan luas sinyal.
- Kecepatan *Browsing*.
- Kecepatan dan kualitas *streaming* video.
- Kecepatan kirim email.
- *Customer service* bisa dihubungi via telepon dengan cepat.
- *Customer service* memberikan layanan dengan efektif.
- *Customer service* memberikan layanan dengan efisien.
- *Customer service* paham pertanyaan pelanggan.
- *Customer service* memberikan layana dengan ramah.
- *Customer service* memberikan informasi dengan lengkap dan tepat.
- *Customer service* memberikan informasi dengan jelas dan mudah di pahami.
- *Customer service* memberikan layanan dengan professional.
- Kemudahan proses instalasi dan *setting* internet.
- Kemudahan registrasi paket internet.
- Kecepatan registrasi paket internet.
- Keberhasilan registrasi paket internet.
- Ketersediaan paket-paket internet.
- Kesesuaian paket internet dengan kenyataan pemakaian.
- Keakuratan tagihan pemakaian internet.
- Kemudahan cek status paket internet.
- Kemudahan pengisian pulsa.

- Kecepatan pulsa di terima.
- Saluran media untuk keluhan pelanggan.
- Kemudahan dalam akses media keluhan.
- Kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan.
- Keberhasilan menyelesaikan keluhan pelanggan.
- Nama baik perusahaan.
- Media promosi yang beragam.
- Promosi layanan internet yang menarik.
- Kesesuaian promosi internet dengan kenyataan.

2. *Technical Descriptor (Hows)*

Voice of customer merupakan pelayanan yang memberikan jawaban, yaitu berupa rekayasa teknis (*Hows*). Rekayasa teknis merupakan respon pihak perusahaan (pelayanan PT.Smartfren) terhadap keinginan-keinginan konsumen. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak manajemen, respon teknis terdapat pada Tabel 5

No	<i>Technical Descriptor</i>	Tingkat Kepentingan
1	Selalu memperbaiki kualitas jaringan	8248
2	Kecepatan melayani	2132
3	Ketepatan melayani	1008
4	Ketanggapan melayani	1000
5	Keramahan melayani	1000
6	Komunikasi yang baik	2104
7	Terdapat SOP untuk pelayanan	1032
8	Mempermudah pelayanan	2469
9	Selalu memperbaiki kualitas layanan	828
10	Terdapat menu pilihan paket internet	3720
11	Selalu memperbaiki kualitas layanan	1925
12	Selalu memperbaiki kualitas layanan	1028
13	Tersedia saluran keluhan	3056
14	Keberhasilan pelayanan	1020
15	Terdapat SOP untuk pelayanan	828
16	Mempunyai berbagai media sosial mempermudah promosi	2909

4. Koneksi akses internet

Koneksi akses internet memiliki bobot tingkat kepentingan 3 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “Selalu memperbaiki Kualitas Jaringan”.

5. Jangkauan luas sinyal

Jangkauan luas sinyal memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “Selalu memperbaiki Kualitas Jaringan”.

6. Kecepatan Browsing

Kecepatan browsing memiliki bobot tingkat kepentingan 3 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “Selalu memperbaiki Kualitas Jaringan”.

7. Kecepatan dan kualitas streaming video

Kecepatan dan kualitas *streaming video* memiliki bobot tingkat kepentingan 3 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “selalu memperbaiki kualitas jaringan”.

8. Kecepatan kirim email

Kecepatan kirim email memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas jaringan”.

9. Customer service bisa dihubungi via telepon dengan cepat

Customer service bisa dihubungi via telepon dengan cepat memiliki bobot tingkat kepentingan 3 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “kecepatan melayani”.

10. Customer service memberikan layanan dengan efektif

Customer service memberikan layanan dengan efektif memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “ketepatan melayani”.

11. Customer service memberikan layanan dengan efisien

Customer service memberikan layanan dengan efisien memiliki bobot tingkat kepentingan 3 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “kecepatan melayani”.

12. Customer service paham pertanyaan pelanggan

Customer service paham pertanyaan pelanggan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “ketanggapan melayani”.

13. Customer service memberikan layanan dengan ramah

Customer service memberikan layanan dengan ramah pelanggan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “keramahan melayani”.

14. Customer service memberikan informasi dengan lengkap dan tepat

Customer service memberikan informasi dengan lengkap dan tepat memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “komunikasi yang baik”.

15. Customer service memberikan informasi dengan jelas dan mudah di pahami.

Customer service memberikan informasi dengan jelas dan mudah di pahami memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “komunikasi yang baik”.

16. Customer service memberikan layanan dengan professional

Customer service memberikan layanan dengan professional memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “terdapat SOP untuk pelayanan”.

17. Kemudahan proses instalasi dan setting internet

Kemudahan proses instalasi dan setting internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempermudah pelayanan”.

18. Kemudahan registrasi paket internet

Kemudahan registrasi paket internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempermudah pelayanan”.

19. Kecepatan registrasi paket internet

Kecepatan registrasi paket internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempermudah pelayanan”.

20. Keberhasilan registrasi paket internet

Keberhasilan registrasi paket internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan sedang terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

21. Ketersediaan paket-paket internet

Ketersediaan paket-paket internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “terdapat menu pilihan paket internet”.

22. Kesesuaian paket internet dengan kenyataan pemakaian

Kesesuaian paket internet dengan kenyataan pemakaian memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

23. Keakuratan tagihan pemakaian internet

Keakuratan tagihan pemakaian internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

24. Kemudahan cek status paket internet

Kemudahan cek status paket internet memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

25. Kemudahan pengisian pulsa

Kemudahan pengisian pulsa memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

26. Kecepatan pulsa di terima

Kecepatan pulsa diterima memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “selalu memperbaiki kualitas layanan”.

27. Saluran media untuk keluhan pelanggan

Saluran media untuk keluhan pelanggan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “tersedia saluran keluhan”.

28. Kemudahan dalam akses media keluhan

Kemudahan dalam akses media keluhan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “tersedia saluran keluhan”.

29. Kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan

Kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “tersedia saluran keluhan”.

30. Keberhasilan menyelesaikan keluhan pelanggan

Keberhasilan menyelesaikan keluhan pelanggan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “keberhasilan pelayanan”.

31. Nama baik perusahaan

Nama baik perusahaan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “terdapat SOP untuk pelayanan”.

32. Media promosi yang beragam

Media promosi yang beragam memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempunyai berbagai media sosial mempermudah promosi”.

33. Promosi layanan internet yang menarik

Promosi layanan internet yang menarik memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempunyai berbagai media sosial mempermudah promosi”.

34. Kesesuaian promosi internet dengan kenyataan

Kesesuaian promosi internet dengan kenyataan memiliki bobot tingkat kepentingan 4 berdasarkan tabel 4.19 dan berdasarkan hubungan antara *whats* dengan *hows* memiliki hubungan tinggi terhadap “mempunyai berbagai media sosial mempermudah promosi”.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai peningkatan Kualitas Layanan Smartfren Mobile Broadband dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi pada PT Smartfren Telecom, Kota Bandung), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut

A. *Costumer Wants* (keinginan pelanggan)

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat dilihat bahwa keinginan customer dapat memenuhi keinginan konsumen Smartfren kecuali dimensi *Claim Service* (layanan keluhan) karena bernilai negatif, ini disebabkan karena harapan lebih lebih besar daripada kepuasan konsumen.

B. Peningkatan Kualitas Layanan

Berdasarkan penilaian *technical response* yang menjadi prioritas dengan nilai kontribusi tertinggi adalah:

- a. Selalu memperbaiki Kualitas Jaringan

Technical response ini memiliki kontribusi sebesar 8248 dan berhubungan kuat dengan kualitas akses Internet. Dengan peningkatan kualitas Akses Internet, diharapkan kepuasan pelanggan meningkat dan kualitas pelayanan menjadi lebih baik.

- b. Terdapat menu pilihan paket internet

Technical response memiliki nilai kontribusi 3720 dan berhubungan kuat dengan menu pilihan paket internet pelanggan diharapkan dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap menggunakan Smartfren terus.

- c. Tersedia saluran Keluhan

Technical response memiliki nilai kontribusi 3056 dan berhubungan kuat dengan kecepatan respon dan kemudahan terhadap keluhan pelanggan diharapkan dapat mempengaruhi pelanggan untuk tetap menggunakan Smartfren terus.

- d. Mempunyai berbagai media sosial mempermudah promosi

Technical response ini memiliki kontribusi sebesar 2909 yang berhubungan dengan promosi layanan internet yang menarik, selalu berinovasi dan kreatif dan penentuan promosi produk, diharapkan kepuasan pelanggan meningkat dan kualitas pelayanan menjadi lebih baik.

6. Daftar Pustaka

- Ficalora, Joseph P., & Cohen Louis. (2010). *Quality Function Deployment and Six Sigma: A QFD Handbook (2nd ed)*. United States: Prentic Hall
- Heizer, Jay., & Render, Barry. (2009). *Operation Management: Manajemen Operasi* (edisi ke-9). Jakarta: Salemba Empat
- Rahmayanty, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management*. Yogyakarta: ANDI
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks