

ABSTRAK

Mischief merupakan merk dari suatu usaha yang memproduksi celana jeans di Indonesia untuk pria dan wanita usia 17 -40 tahun. Mischief saat ini melebarkan bisnisnya dibidang *fashion* berupa jaket, baju, sweaters, sabuk dan topi. Berdasarkan wawancara dengan *chief executive officer* (CEO), Perusahaan memiliki dua sistem penjualan *online* dan *offline*. Perusahaan juga mengembangkan *website* untuk pemasaran dan penjualan produk pada sistem *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi peningkatan layanan pada store Mischief berdasarkan True customer needs yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya tentang Perancangan Kebutuhan Pelanggan Terhadap Layanan Pada Store Mischief Menggunakan Integrasi Service Quality Dan Model Kano. Penelitian ini menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD) untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan kedalam karakter layanan dan kemampuan perusahaan. QFD terdiri dari dua tahap yaitu QFD iterasi yang menerjemahkan *true customer need* menjadi karakteristik teknis. QFD iterasi dua yang menjabarkan dari karakteristik teknis menjadi *critical part*.

Kata Kunci: *House of Quality, Part Deployment, Quality Function Deployment, Mischief*