BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jasa atau *service* didefinisikan sebagai aktifitas ekonomi yang memproduksi waktu, *form*, atau kegunaan psikologis. Menurut Kotler dikutip oleh Syukron, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Jasa pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.[1] Jasa merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa dilihat. Tetapi, jasa dapat dirasakan dan diambil manfaatnya bagi individu maupun organisasi.

Jasa berhubungan dengan kualitas. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai ideal. Namun, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Kualitas jasa dipersepsikan baik dan tidaknya tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.[2]

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas kualitas produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila setelah konsumen menggunakan suatu

[1] Amin Syukron, *Pengantar Manajemen Industri*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, hal. 179
[2] Ibid, hal. 180

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk/jasa, keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi bahkan melebihi harapannya. Irawan mengatakan, dikutip oleh Permana, bahwa "ada lima hal utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut."[3]

Konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Irawan mengatakan, dikutip oleh Permana,

> "*Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika konsumen mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, , maka kepuasan terjadi jika konsumen mendapatkan produk yang berkualitas. Jika *value* bagi konsumen adalah kenyamanan, , maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman."[4]

Dalam organisasi bisnis yang menggunakan jasa produksi, terdapat metode-metode yang harus dilakukan. Metode-metode tersebut digunakan dalam proses perancangan produk. Metode ini digunakan agar produk tersebut dibuat dengan memerhatikan aspek kebutuhan serta keinginan konsumen. Metode yang biasanya digunakan dikenal dengan *quality function deployment*. *Quality function deployment* merupakan suatu perangkat manajemen yang berfokus pada keinginan konsumen. *Quality function deployment* digunakan sebagai alat untuk pengembangan suatu produk.[5]

---

[3] Made Virma Permana, "Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan", *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 4 No. 2, (Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2013), hal. 116
[4] Ibid,.
[5] Agus Dudung, *Merancang Produk*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012, hal. 140

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ginting mengatakan,

> *"Quality function deployment* dikembangkan pertama kali di Jepang pada tahun 1972. *Quality function deployment* digunakan oleh Mitsubishi di galangan kapalnya di Kobe. Pada tahun 1978, Yoji Akao dan Shigeru Mizuno menyusun konsep ini dan memplubikasikannya. Sejak saat itu, proses dikembangkan oleh Toyota dan pemasoknya yang telah menggunakannya dalam rancangan mobil. Sekarang teknik *quality function deployment* digunakan secara luas di Jepang dan telah mulai digunakan di Amerika dan Eropa oleh perusahaan-perusahaan seperti DEC, Hewlett Packard, AT&T, Texas Instrument, ITT, Ford, Chrysler, General Motors, Procter & Gamble, Polaroid, dan Deere & Company. Di Jepang, metode ini telah digunakan dan telah berhasil mengendalikan rancangan dan pembuatan suatu jajaran produk yang luas. Produk-produk tersebut yaitu barang-barang elektronik, mobil, barang-barang rumah tangga, rangkaian elektronik terpadu (IC), pakaian, dan rancangan untuk kenyamanan setempat, penjualan eceran, dan perumahan."[6]

Quality function deployment digunakan dalam membantu bisnis untuk memusatkan perhatian pada kebutuhan para konsumen ketika menyusun spesifikasi desain produk. *Quality function deployment* juga digunakan untuk meningkatkan daya saingnya melalui perbaikan kualitas dan produktivitasnya secara berkesinambungan. *Quality function deployment* menerjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Fokus *quality function deployment* adalah kepentingan dan harapan konsumen yang mengacu pada suara konsumen dan melibatkan konsumen pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Metode *quality function deployment* merupakan suatu alat

[6] Rosnani Ginting, *Perancangan Produk*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hal. 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bantu dalam perancangan produk yang dapat menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen.[7]

Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya berdiri pada tahun 2008. Rumah mode ini mengusung tema modis, berkualitas, dan elegan. Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya hanya menerima konsumen muslimah. Laksmi sendiri merupakan suatu usaha dalam bidang jasa yang didirikan untuk menyalurkan bakat dan minat yang dimiliki oleh designer. Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya memiliki visi: mewujudkan *spriritual company* yang menjadi *trade center* kebaya dan fashion muslimah di Indonesia. Nama Laksmi berasal dari bahasa India, yang memiliki arti cantik. Laksmi berusaha menghadirkan berbagai konsep/tema pernikahan yang unik, elegan, dan cantik di hari pernikahan. Laksmi melayani sewa kebaya muslimah, pembuatan kebaya muslimah, *make-up*, dan dekorasi. Laksmi *Islamic Wedding Service* Surabaya juga melayani paket *wedding* lengkap mulai dari busana, dekorasi, dan *make-up*. Kelebihan menggunakan jasa *wedding service by* Laksmi, yaitu:[8]

1. Sewa Perdana. Pembuatan desain sewa ini disiapkan sesuai ukuran, desain dan *size* calon pengantin dengan status sewa.
2. Hak milik. Pembuatan kebaya/dress ini disiapkan sesuai ukuran, warna dan desain keinginan calon pengantin.

[7] Agus Dudung, *Merancang Produk*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012, hal. 139
[8]Laksmi Kebaya, diposting pada tahun 2015 dari http://www.bridestory.com.sg/kebaya-laksmi/info

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Sewa ready. Kebaya atau dress ini disiapkan dengan ukuran dan desain sesuai produk yang disediakan.

Pada tahun 2015, Laksmi mengubah tema serta konsep bisnis menjadi syariah. Dalam hal ini, perancangan produknya hanya memproduksi busana muslimah terutama kebaya untuk pernikahan. Di Surabaya masih jarang butik kebaya yang mengusung konsep kebaya muslimah, sehingga Laksmi berusaha memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin menggunakan kebaya muslimah. Selain itu, Laksmi juga menerima *wedding service* yaitu dekorasi pernikahan dengan tema Islami. Seiring semakin banyaknya perempuan yang mengenakan jilbab atau kerudung, maka semakin banyak pula perempuan yang menikah dan mengenakan kebaya muslimah serta pernikahan dengan konsep Islami. Dengan demikian, Laksmi ingin memenuhi kebutuhan dan konsumen muslimah yang ada di Indonesia terutama Surabaya yang ingin mengadakan pernikahan dengan konsep syari'ah dan kebaya muslimah.

Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya hadir untuk para konsumen yang ingin mengadakan pernikahan menggunakan konsep Islami yang syari'ah. Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya memberikan kesan unik dalam konsep busana yang syari'ah, serta tema pernikahan yang sesuai dengan tuntunan Rasulullah SAW. Dari pemaparan tersebut, sisi dakwah yang tergambar dari Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya adalah ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen muslimah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ingin mengadakan pernikahan dengan konsep muslimah dan menggunakan kebaya muslimah. Meskipun konsumen dalam kehidupan kesehariannya tidak mengenakan jilbab, tetapi Laksmi tetap membuatkan rancangan kebaya berjilbab. Menurut pihak Laksmi, pernikahan adalah hal yang sakral dan disaksikan oleh Allah beserta malaikatNya. Oleh karena itu, Laksmi lebih memilih membuat rancangan yang baik dan benar secara agama.

Selain itu, Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya juga ingin menyampaikan pesan bahwa kebaya juga dapat digunakan oleh muslimah tanpa harus mengesankan lekuk tubuh si pemakai kebaya tersebut. Dalam hal ini, Laksmi menggunakan metode *quality function deployment* untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan perancangan desain produk kebaya Laksmi. Metode *quality function deployment* yang dilakukan oleh Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya menggunakan suara konsumen sebagai standart kepuasan konsumen.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang penerapan metode *quality function deployment* menurut Cohen pada proses perancangan desain produk Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya. Peneliti ingin memahami perancangan desain produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana penerapan metode *quality function deployment* (QFD) menurut Cohen pada proses perancangan desain produk Laksmi Kebaya Muslimah dan *Islamic Wedding Service* Surabaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan metode *quality function deployment* (QFD) menurut Cohen pada proses perancangan desain produk Laksmi *Islamic Wedding Service* Surabaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi teoritis mata kuliah kewirausahaan yang dipelajari di jurusan Manajemen Dakwah. Teori-teori tersebut berkenaan dengan kepuasan konsumen. Salah satunya metode *quality function deployment.* Metode *quality function deployment* digunakan dalam perancangan desain produk yang dapat dipergunakan untuk suatu lembaga profit.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang menyangkut perancangan desain produk.

E. Definisi Konseptual

1. Metode *Quality Function Deployment*

Quality function deployment merupakan alat bantu yang digunakan dalam proses perancangan produk. Q*uality function deployment* mengerahkan keterlibatan antar bagian dalam organisasi untuk bekerjasama. *Quality function deployment* digunakan pada perancangan desain produk agar menghasilkan kualitas produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. *Quality function deployment* dikembangkan untuk menjamin bahwa produk yang memasuki tahap produksi benar-benar akan dapat memuaskan kebutuhan para konsumen. *Quality function deployment* dalam perancangan desain produk membentuk tingkat kualitas yang diperlukan dan kesesuaian maksimum pada setiap tahap pengembangan produk. *Quality function deployment* terfokus pada kepentingan dan harapan konsumen yang mengacu pada suara konsumen. *Quality function deployment* melibatkan konsumen pada proses pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasar adalah bahwa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen tidak akan puas dengan suatu produk, meskipun suatu produk yang telah dihasilkan dengan sempurna bila tidak diinginkan atau dibutuhkan.[9]

Fandy Tjiptono sebagaimana yang dikutip oleh Dudung mengatakan, "Metode *quality function deployment* adalah praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen."[10] Dapat dikatakan bahwa, metode *quality function deployment* merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi sebuah spesifikasi desain produk.

2. Proses Perancangan

Rancangan merupakan faktor yang akan sering menjadi keunggulan suatu perusahaan. Rancangan produk yang berkualitas adalah rancangan yang dibuat berdasarkan fungsi dasar produk yang disesuaikan dengan kualitas, kapasitas dan penampilan yang memuaskan konsumen, serta nilai tambahan yang dapat menunjang dan menarik keinginan konsumen. Rancangan produk dipengaruhi oleh gaya dan variansi warna pada produk. Menurut Kotler, dikutip oleh Dudung, "rancangan adalah totalitas fitur yang memengaruhi

[9] Agus Dudung, *Merancang Produk*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012, hal. 139
[10] Ibid, hal. 139

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penampilan dan fungsi produk tertentu menurut yang diisyaratkan oleh konsumen."[11]

Rancangan sangat penting dalam membuat dan memasarkan jasa eceran, pakaian, barang-barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Adapun tolok ukur dalam rancangan, Menurut Kotler, dikutip oleh Dudung, antara lain:[12]

a. "Gaya, menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli.
b. Daya tahan, ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu.
c. Keandalan, ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.
d. Mudah diperbaiki, ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika produk itu rusak atau gagal."

Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang akan dengan mudah diproduksi dan didistribusikan. Bagi konsumen atau konsumen, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang menyenangkan untuk dilihat dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, serta dibuang. Perancangan atau pengembangan produk dibutuhkan oleh produsen dalam rangka mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. [13]

3. Desain

Kotler dan Keller sebagaimana yang dikutip oleh Permana mengatakan, "desain adalah sejumlah fitur-fitur yang berdampak pada

[11] Agus Dudung, *Merancang Produk*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012, hal. 112-113
[12] Ibid, hal. 112
[13] Rosnani Ginting, *Perancangan Produk*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hal. 243

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagaimana suatu produk terlihat, dirasakan, dan befungsi pada konsumen."[14] Desain merupakan hasil kreativitas pemikiran manusia yang diwujudkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Desain diawali dari tahap menggali ide atau gagasan, kemudian dilanjutkan dengan tahapan pengembangan rancangan, konsep perancangan produk, sistem dan detail, proses produksi, evaluasi, dan berakhir dengan tahap pendistribusian. Jadi, desain selalu berkaitan dengan pengembangan ide dan gagasan, pengembangan teknik, proses produksi serta peningkatan pasar.[15]

4. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dimiliki atau dikonsumsi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.[16] Bentuk-bentuk produk dalam arti luas mencakup benda-benda fisik, jasa, tempat, dan organisasi. Pada hakikatnya, setiap produk yang ditawarkan bukan hanya untuk menjual fisiknya saja, tetapi produk ditawarkan untuk menjual kebutuhan dan manfaat yang terkandung di dalam produk tersebut. Keberadaan suatu produk bergantung pada dinamika pasar, tingkat kompetisi, dan preferensi konsumen.

---

[14] Rian Permana, "Desain Produk *Holder Connector VGA* Dengan *Quality Function Deployment* (QFD)*", Skripsi,* (Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyatama, 2013), hal. 5
[15] Ibid, hal. 5
[16] Rika Ampuh H., *Manajemen Pabrik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hal. 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk yang ditawarkan ke pasar akan melalui berbagai tahapan. Tahapan yang harus dilalui suatu produk dikenal sebagai siklus daur hidup. Daur hidup suatu produk memiliki empat tahapan utama, yaitu pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan.

5. Desain Produk

Desain produk adalah sebuah bidang keilmuan atau profesi yang menentukan bentuk atau *form* dari sebuah produk manufaktur, mengolah bentuk tersebut, agar sesuai dengan pemakainya dan sesuai dengan kemampuan proses produksinya pada industri yang memproduksinya. Sebagai contoh, desainer produk mendesain kursi tidak hanya agar kursi tersebut tampak bagus, tetapi juga agar nyaman diduduki dan mudah untuk diproduksi.

Desain produk menetapkan jenis bahan yang lebih baik. Hal ini digunakan untuk membuat suatu produk, menentukan standar dan batas toleransi serta dimensinya, menggambarkan penampilan dari produk, sekaligus menetapkan standar kinerja produk yang bersangkutan. Desain produk mempelajari bagian-bagian produk yang langsung berinteraksi dengan manusia sebagai pemakai produk tersebut. Interaksi yang dilakukan dengan manusia diharapkan dapat menghasilkan suatu produk yang aman terhadap pemakainya dan aman terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan. Suatu proses desain akan efektif jika memenuhi empat hal:[17]

1. Karakteristik produk atau jasa selaras dengan persyaratan kebutuhan konsumen,
2. Persyaratan kebutuhan konsumen dipenuhi secara paling sederhana dan paling murah,
3. Waktu yang diperlukan untuk mendesain suatu produk atau jasa baru dikurangi,
4. Revisi yang diperlukan untuk membuat suatu desain diperkecil.

6. Wedding Service

Wedding Service merupakan suatu bentuk pelayanan pernikahan seperti dekorasi gedung, dekorasi kamar pengantin, dekorasi kuade pengantin, dekorasi tempat untuk berfoto bagi kedua pengantin. *Wedding service* oleh Laksmi adalah pelayanan tambahan jika konsumen berkehendak menggunakan jasa pelayanan tambahan tersebut. Jasa pelayanan ini sesuai dengan keinginan konsumen serta *bugdet* yang dimiliki oleh konsumen. Jadi, pihak Laksmi tidak serta merta memaksa konsumen untuk menggunakan jasa *wedding service*.[18]

Islamic wedding service yang dimiliki oleh Laksmi adalah jasa pelayanan dekorasi yang bertema Islami. Laksmi bekerja sama dengan

[17] Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa Buku 1*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007, hal. 182
[18] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

vendor-vendor profesional dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam bentuk dekorasi dan sebagainya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi. Dalam sistematika pembahasan dibagi menjadi lima bab. Setiap bab akan diuraikan sesuai dengan sub-sub bab untuk mempermudah penyusunan penelitian agar lebih mudah dipahami. Fokus penelitian ini adalah penerapan metode *quality function deployment*. Dari fokus penelitian, , maka tersusun rumusan masalah penelitian.

Dari rumusan masalah yang sudah ada, dapat dibentuk metode penelitian dan jenis data penelitian. Metode dan jenis data penelitian dapat menentukan langkah awal untuk menentukan pendekatan dan jenis penelitian yang akan digunakan. Data-data dan informasi yang didapat merupakan bahan utuk menjabarkan metode *quality function deployment*, sehingga menghasilkan beberapa jenis data yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

Dalam fokus penelitian, pendalaman teori dibahas pada bab kedua. Teori tersebut mengenai metode *quality function deployment* dan proses implementasinya, yaitu praktek *house of quality* dalam menerjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Teori-teori tersebut dianggap sebagai data dan perlu diolah kembali dengan melakukan penajaman akurasi data di lapangan yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam bab ketiga, dari rumusan masalah, dapat dikemukakan metode penelitian. Dalam membahas metode penelitian, jenis data penelitian menjadi langkah awal dalam menentukan pendekatan dan jenis penelitian. Data-data penelitian yang digali merupakan penjabaran *house of quality* dalam metode *quality function deployment*. Data yang akan digali di lapangan tidak terlepas dari data-data yang telah diidentifikasikan. Berdasarkan data ini, informan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data dapat ditentukan.

Dalam bab keempat, pembahasan data yang sudah diperoleh dijabarkan sesuai dengan hasil teori *quality function deployment* yang telah dianalisa. Bab keempat ini sesuai dengan rumusan masalah dan penjabaran dari fokus penelitian, yaitu data mengenai metode *quality function deployment*. Hasil data ini memungkinkan untuk dapat menghasilkan teori yang saling memperkuat, memperkaya teori, dan teori yang saling berlawanan.

Hasil data merupakan jawaban atas rumusan masalah yang dibahas secara singkat dalam bab keempat. Dalam penelitian ini, hanya terdapat satu kesimpulan. Berdasarkan kesimpulan ini, saran-saran diajukan sesuai dengan kegunaan penelitian, yakni kegunaan teoritis dan praktis. Kesimpulan dari hasil penelitian ini dibahas pada bab lima.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id