

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai jasa Taksi Cipaganti , berikut ini penulis kemukakan dalam bentuk sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi organisasi, *job desk*, dan *job specification*.

Objek penelitian dalam penulisan ini adalah jasa Taksi Cipaganti yang berlokasi di jalan Dr Djunjunan Pasteur Bandung.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dengan menyebut nama Cipaganti Group, tidak bisa dipisahkan dari sebuah usaha kecil yaitu penyewaan kendaraan pribadi " Cipaganti Motor " pada tahun 1985 yang berlokasi di kota tercinta, Bandung. Menghadapi berbagai rintangan dan terus bergerak maju, " Cipaganti Motor " sekarang ini telah menjelma menjadi sebuah perusahaan korporasi multi bisnis, sebagai market leader di bidang penyediaan jasa transportasi terpadu dan persewaan alat berat. Perkembangan yang dititikberatkan di pulau Jawa, Cipaganti Group sudah berhasil melakukan ekspansi ke Bali, Sumatera dan Kalimantan. Seiring meningkatnya perkembangan usaha tersebut, keluarga besar Cipaganti Group dapat memberikan " atap naungan " bagi seluruh elemen pendukung yang terus berkarya dan berjuang.

Sebagai wujud penghargaan kepada masyarakat yang telah memberikan kepercayaan dan bersinergi dengan Cipaganti Group, kami memiliki prinsip bahwa kinerja perusahaan harus secara konsisten dipelihara dan ditingkatkan sebagai upaya dinamis perusahaan untuk terus berprestasi.

Sadar bahwa mengelola perusahaan adalah perjalanan tiada henti yang membutuhkan komitmen, perjuangan dan pengorbanan, kami memfokuskan diri pada tujuan menyediakan produk jasa untuk memenuhi kebutuhan pasar, menjamin kepuasan bagi konsumen, serta merta menyelaraskan diri dengan kebijakan pemerintah mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) kepada masyarakat dan lingkungan dan terus berkembang mengibarkan bendera Cipaganti Group di seluruh Bumi Nusantara tercinta ini sembari mempotensikan diri ke arah regional dan internasional.

Melalui unit-unit usaha Cipaganti Transportasi, Cipaganti Heavy Equipment, Cipaganti Resources yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia, semangat dinamika yang dimiliki PT. Cipaganti Citra Graha untuk terus berkarya dan bermanfaat bagi masyarakat luas secara progresif dan inovatif. Selanjutnya dengan memosisikan diri sebagai pelaku aktif di bidang usaha sektor riil, diharapkan kami akan mampu memberikan kontribusi dalam memperjuangkan, meningkatkan serta menjunjung tinggi citra, harkat dan martabat Bangsa Indonesia.

Layanan Terakhir kali diluncurkan Cipaganti Otojasa adalah Taksi. Bertemakan taksimax, Cipaganti Taksi bukan hanya sekedar pengantaran

pelanggan di dalam kota, fasilitas lengkap adalah salah satu keunggulan taksimax ini. Dengan fasilitas [Wi-Fi](#) dan *Movie* serta kelengkapan kendaraan yang memadai telah membedakan layanan taksimax dengan taksi yang lainnya.

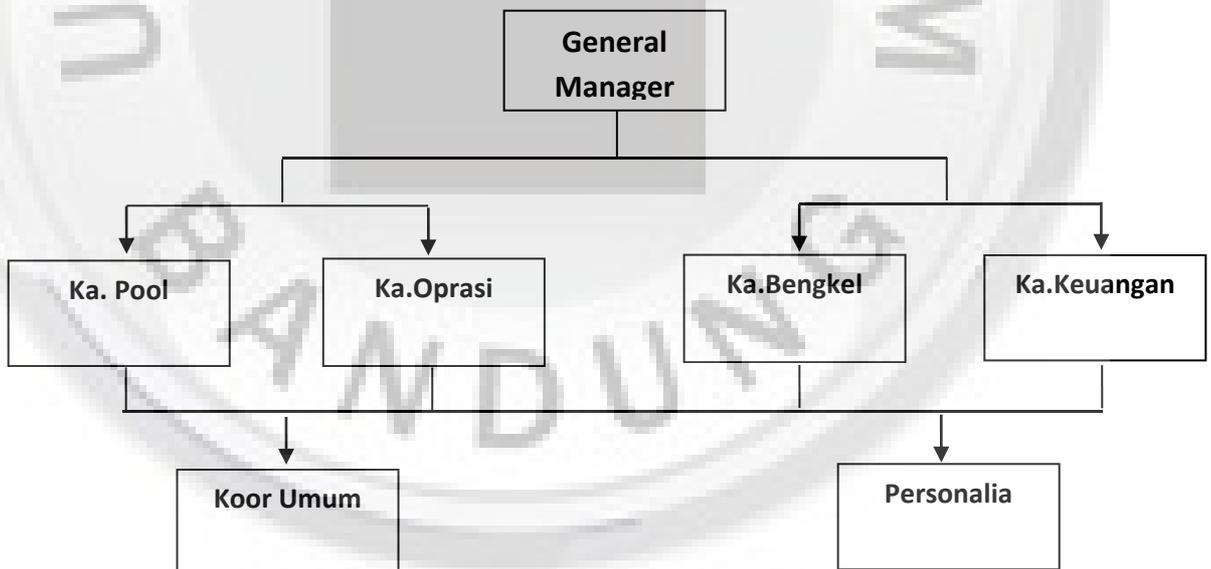
Sebagai komitmen dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan, banyak sisi keuntungan yang akan didapat antara lain :

- Pengemudi: Memiliki Licence
- Maintenance: Perawatan yang prima dan berkala
- Costumer Satisfaction: Fokus pada pelayanan costumer
- Argo: Selalu ada kepastian akan argo / harga yang tertera dalam meter
- Receipt: Memiliki print Receipt (Struk Pembayaran).
- Aman: Ada beberapa hal dimana Taksi Max Cipaganti dikatakan aman untuk digunakan :
 - Seleksi saat rekrutmen yang ketat sebagai MITRA perusahaan adalah hal pertama
 - Insentif dan hukuman kepada pengemudi adalah salah satu bentuk good management yang memberlakukan reward and punishment, dengan hukuman yang terberat : Putus Kontrak mitra
- Nyaman: Jok Kulit, AC dingin, Mobile Data Terminal (MDT)
- Bersih: Pengemudi berpenampilan rapi dan bersih, Armada taksi yang bersih dan segar, Salon mobil setiap bulan Pewangi udara serta Dilarang keras merokok dalam mobil
- Tarif yang Terjangkau: Tarif Bawah tetapi Bukan Murah, taksi regular eksecutive ini sangat cocok untuk semua kalangan

- Maximum Facilities: Wi-Fi, Karaoke, Menelepon Gratis, Movie & Full Music, Struk Pembayaran
- Pembayaran Memakai Kartu Kredit akan segera diluncurkan

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi mencerminkan pembagian tugas dan wewenang serta arus perintah dan tanggung jawab dari setiap aktivitas serta bagaimana hubungan yang terjadi antara satu bagian dengan bagian lainnya. Setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi yang berbeda-beda, hal ini tergantung pada jenis usaha dan khususnya bidang usaha dari perusahaan. Begitu juga dengan taksi Cipaganti yang mempunyai struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 3.1

Struktur Organisasi Taksi Cipaganti

3.1.3 Job Description dan Job Specification

Berikut ini disajikan secara garis besar deskripsi dari jabatan masing-masing wewenang yang berhubungan dengan pembahasan skripsi.

1. General Manager adalah pimpinan utama dalam pengambilan keputusan dan tanggung jawab atas tercapainya tujuan perusahaan serta sebagai pengendali seluruh tugas dan fungsi-fungsi dalam perusahaan. Tugas dan wewenang General Manager :
 - a. Menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
 - b. Mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan.
 - c. Membuat peraturan intern pada perusahaan yang tidak bertentangan dengan kebijakan perusahaan.
 - d. Memperbaiki dan menyempurnakan segeneap segi penataan agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien.
 - e. Membimbing bawahan dan mendelegasikan tugas-tugas yang dapat dikerjakan oleh bawahan secara jelas.
2. Kepala Pool adalah seorang yang menjabat sebagai pimpinan cabang dan memiliki tanggung jawab untuk mengetahui seluruh keadaan yang bertanggung di *pool*-nya serta mengambil tindakan-tindakan dan keputusan yang berkaitan dengan kinerja pool nya.
3. Kepala Operasi adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas

pengaturan pengemudi, terkait dengan masalah sirkulasi pengemudi, seperti halnya pengaturan jam kerja pengemudi dan armada taksi yang digunakan.

4. Kepala Bengkel adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas perawatan dan peremajaan armada taksi Cipaganti.
5. Kepala Keuangan adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian atas kegiatan transaksi yang bertanggung jawab di dalam perusahaan.
6. Kordinator Umum adalah seseorang yang melakukan pengelolaan dalam bidang yang telah ditetapkan, membantu dalam pengelolaan dalam bidang yang telah ditetapkan.
7. Personalia adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengarahan, dan pengendalian atas pengadaan dan pengembangan tenaga kerja perusahaan, kompensasi, integrasi, pemeliharaan dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan dari perusahaan.

3.1.4 Aktivitas Perusahaan

Aktivitas perusahaan yang dilakukan oleh taksi Cipaganti ini tidak jauh berbeda dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan taksi pada umumnya.

Kegiatan yang dilakukan oleh jasa taksi Cipaganti ini antara lain:

1. Taksimax melengkapi transportasi terpadu yang menyediakan layanan menyeluruh transportasi darat. Cipaganti menambah layanan taksi

dengan konsep yang memberikan fasilitas terlengkap seperti WiFi, movie, dan sebagainya.

2. Cipaganti Otojasa yang core bisnis di bidang Transportasi telah memiliki citra yang sangat baik (*Good Image*) hal ini terbukti sebagai pilihan pelanggan & pengemudi untuk menggunakan dan bergabung dengan perusahaan nasional ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012:2). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisa, serta menarik kesimpulan tentang objek yang diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh saat penelitian.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini berupa penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai *setting* social atau hubungan antara fenomena yang diuji (<http://id.wikipedia.org>, diunduh tanggal 27 November 2014)

3.2.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Sugiyono (2012:80) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pelanggan taksi Cipaganti dan sampel diambil dari populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui maka dalam pengambilan sampel menggunakan rumus untuk populasi tidak diketahui (Boediono & Koster, 2008:404) :

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}{4e^2}$$

Keterangan : n = ukuran sampel

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = interval kepercayaan

e = *sampling error*

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan interval kepercayaan sebesar 95% (1,96 pada table distribusi normal) dan *sampling error* sebesar 10%. Maka ukuran sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2} = 96,4$$

Dengan pertimbangan untuk memudahkan perhitungan dan semakin besar jumlah sampel maka peluang kesalahan generalisasi akan semakin kecil (Sugiyono, 2012:86), maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. 100 responden

tersebut akan mengisi kuesioner guna mendapatkan nilai-nilai *Importance to Customer Satisfaction Performance* pada *Planning Matrix House of Quality*.

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan serta data yang diperlukan dalam penelitian ini dipergunakan tiga macam penelitian, yaitu:

1. Kuesioner

Sugiyono (2012:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skalan *Likert* lima angka. Kuesioner diberikan kepada para pelanggan taksi Cipaganti. Kuesioner tersebut diberikan untuk mendapatkan nilai tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan (*Importance to costumers*) dan nilai tingkat kepuasan pada kuesioner tersebut didapatkan dari hasil wawancara kepada pelanggan dan pihak perusahaan yang diturunkan dari indicator-indikator pada table operasional variable.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antar narasumber (yang diwawancara) dan pewawancara (<http://id.wikipedia.org>, dinuduh tanggal 27 November 2014). Pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan pihak pelanggan taksi dan manajemen perusahaan taksi Cipaganti untuk mendapatkan informasi apa

saja yang menjadi kebutuhan pelanggan pada matriks I (*Customer needs*), respon teknis perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada matriks III (*Technical response*), nilai *sales point* (titik penjualan) pada matriks II (*Planning Matrix*), nilai hubungan pada matriks IV (*Relationship matrix*), dan menentukan hubungan antara respon teknis pada matriks V (*Technical correlation*).

3. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian.

4. Studi Kepustakaan

Studi pustaka ini dilakukan untuk memperoleh data terkait yang bersumber dari perusahaan taksi Cipaganti, buku-buku, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen dari instansi terkait.

Dalam pengklasifikasian data terdapat beberapa jenis yaitu :

1. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari konsumen atau pelanggan untuk mengetahui keinginan konsumen dan data penilaian terhadap kinerja pelayanan.

2. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari luar perusahaan yang ada hubungannya dengan materi penelitian yang meliputi studi pustaka dan disiplin keilmuan yang mendukung serta mempunyai hubungan dengan

kasus yang akan diteliti, sehingga kesimpulan yang diperoleh memiliki bobot ilmiah.

3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji apakah instrument yang digunakan dapat mengukur konsep dengan benar. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran yang dilakukan tanpa kesalahan dan memastikan bahwa hasil pengukuran akan konsisten di berbagai *item* (pertanyaan) dalam instrument (Sekaran dan Bougie, 2010:161). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan alat bantu *software* SPSS 20 for windows, dengan melakukan uji coba kuisisioner kepada 30 responden dengan pertimbangan jumlah ini telah memenuhi syarat untuk penelitian deskriptif (Umar dalam Risenasari, 2009:33). Apabila hasil uji coba kuesioner *valid* dan *reliable* maka dapat diteruskan hingga 100 responden.

Hasil perhitungan disebut *r* hitung dan dibandingkan dengan nilai *r* tabel. Jika nilai *r* hitung $< r$ tabel maka *item* tersebut tidak *valid*, dan bila *r* hitung $> r$ tabel maka *item* tersebut *valid*. Menurut Azwar dalam Priyatno (2012:184) semua *item* yang mencapai koefisien korelasi minimal 0.30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Jadi untuk *item* yang memiliki nilai koefisien korelasi dibawah 0.30 dianggap tidak *valid*. Untuk reliabilitas peneliti menggunakan angka *Cronbach Alpha's*. Jika nilai *Cronbach Alpha's* $< 0,6$ dianggap tidak *reliable*. Jika *Cronbach Alpha's* > 0.7 dianggap *reliable*, dan jika *Cronbach Alpha's* ≥ 0.8 dikatakan baik (Sekaran dan Bougie, 2010:325).

3.3.1 Uji Validitas (Uji Kesahihan Butir)

Validitas adalah instrument yang valid. Artinya, alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. *Valid* berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur dari butir-butir pertanyaan. *Validitas kuesioner* dinyatakan dengan tingkat kemampuan butir-butir pernyataan dalam butir-butir kuesioner.

Analisis validitas butir dilakukan dengan tujuan menguji apakah data atau tiap-tiap pernyataan yang didapat sesuai dengan kondisi populasinya. Langkah-langkah dalam penyusunan instrument validitas butir adalah :

1. Menghitung skor factor sebagai jumlah skor butri dari factor.
2. Menghitung korelasi momen tangkar, dengan skor butri dipandang sebagai nilai X san skor factor sebagai nilai total. Nilai Y rumus korelasi tangkar yang digunakan adalah :

$$r_{xy} = \frac{n \sum NY - \{(\sum X)(\sum Y)\}}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi product moment.

n = jumlah subyek (responden)

$\sum X$ = Jumlah X skor (skor butir)

$\sum X^2$ = Jumlah skor butir kuadrat

$\sum Y$ = Jumlah Y skor (skor faktor)

$\sum Y^2$ = Jumlah skor faktor kuadrat

$\sum XY$ = Jumlah perkalian X dan Y

3. Menguji taraf signifikan korelasi bagian total. Yaitu menguji signifikansi rpq dengan derajat bebas (db) yang digunakan untuk menguji rpq adalah $n-2$
4. Menggugurkan butir yang tidak valid. Yaitu menggugurkan butir-butir yang tidak memenuhi dua kaidah uji, yaitu korelasi antara butir dan factor (rpq) korelasi harus positif dan peluang ralat p dari korelasi tersebut maksimla 5%. Sebuah item (pertanyaan dikatakan valid jika mempunyai dukungan yang kuat terhadap skor total. Jika hasil uji terdapat butir yang gugur, maka dilakukan putaran analisis berikutnya, sampai terdapat butir yang valid.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable*. Sehingga reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dapat berarti berapapun atribut-atribut kuesioner tersebut dinyatakan pada respon yang berlainan maka hasilnya tidak akan menumpun terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden atau dengan kata lain, Reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas dinyatakan dengan rumus:

$$\left[r_{11} = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} \right]$$

Keterangan :

R 11 = nilai reliabilitas

Rb = nilai koefisien reliabilitas

Nilai koefisien yang baik adalah diatas 0,7 (cukup baik), di atas 0,8 (baik).

Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlah dilakukan, karena jika instrument yang digunakan sudah tidak valid dan *reliable* maka dipastikan hasil penelitiannya pun tidak akan valid dan *reliable*. (Sugiyono, 2007:137) menjelaskan perbedaan antara penelitian yang valid dan *reliable* dengan instrument yang valid dan *reliable* sebagai berikut :

Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian *reliable* bila teradapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Jika dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah.

3.3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menerjemahkan keinginan konsumen dan pelanggan kepada spesifikasi teknik produk jasa dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment*.

Analisa data yang digunakan antara lain yaitu dengan :

1. Fase pengumpulan suara konsumen (*Voice Of Costumer*).

Prosedur umum dalam pengumpulan suara konsumen adalah:

- a. Menentukan atribut-atribut yang dipentingkan konsumen (berupa data kualitatif) dan data ini biasanya diperoleh dari wawancara observasi dan penyebaran kuesioner terhadap konsumen.
- b. Mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas pada *SPSS 20*.

2. Fase penyusunan rumah kualitas (*House of Quality*)

Agar mudah dipahami, pembahasan mengenai pengolahan dan analisis data akan dibagi-bagi berdasarkan matriks-matriks pada HoQ.

- a. Matriks A (*Customer need*), berisi informasi data kualitatif berupa atribut-atribut kebutuhan/keinginan pelanggan. Data kuantitatif tersebut diperoleh dari hasil wawancara terbuka kepada pengguna jasa taksi dan kepada pihak perusahaan. Atribut-atribut tersebut dikelompokkan berdasarkan dimensi kualitas jasa.
- b. Matriks B (*Planning matrix*), berisi data-data kuantitatif pengolahan hasil penyebaran kuesioner atribut-atribut pada matriks A yaitu :

1. *Importance to Customer* (Tingkat kepentingan), untuk mengetahui nilai tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen.

$$ItC = \frac{\text{Total nilai kebutuhan no. X}}{\text{Jumlah Responden}}$$

Sumber : Wawolumaja dan Muis (2012:6)

2. *Customer Satisfaction Performance* (Tingkatan kepuasan pelanggan), merupakan persepsi konsumen terhadap seberapa baik pelayanan jasa yang diberikan taksi Cipaganti.

$$CuSP = \frac{\text{Total nilai kebutuhan no. X}}{\text{Jumlah Responden}}$$

3. *Goal*, menunjukkan target atau sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan. Nilai Goal ini ditetapkan dengan cara mengambil nilai tertinggi dari *ItC* dan *CuSP*.
4. *Improvement Ratio* (Rasio perbaikan), menunjukkan seberapa besar usaha yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai nilai Goal.

$$IR = \frac{\text{Nilai goal kebutuhan no. X}}{CuSP \text{ no. X}}$$

5. *Sales Point*, menunjukkan seberapa besar nilai suatu atribut kebutuhan pelanggan jika terpenuhi dapat mempengaruhi terhadap peningkatan penjualan atau peningkatan pengguna taksi. Nilai *sales*

point ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak manajemen perusahaan.

Tabel 3.1 Nilai *Sales point*

Nilai	Arti
1	Tidak ada <i>Sales point</i>
1,2	<i>Sales point</i> menengah
1,5	<i>Sales point</i> kuat

Sumber : Wawolumaja dan Muis (2012:7)

6. *Raw weight* (pembobotan), merupakan model nilai dari keseluruhan kepentingan tim pengembang terhadap setiap kebutuhan konsumen.

$$Raw\ Weight = ItC \times IR \times Sales\ point$$

Sumber: Wawolumaja dan Muis (2012:8)

7. *Normalized raw weight* (normalisasi pembobotan), menunjukkan pentingnya nilai *raw weight* dibandingkan dengan nilai *raw weight* total.

$$Normalized\ Raw\ Weight = \frac{Raw\ weight\ kebutuhan\ no.\ X}{Raw\ weight\ total}$$

Sumber : Wawolumaja dan Muis (2012:8)

Dimana :

ItC : *Importance to Customer* (Tingkat kepentingan)

CuSP : *Customer Satisfaction Performance* (Tingkat kepuasan)

IR : *Improvement Ratio* (Rasio perbaikan)

- c. Matrik C (*Technical response*), berisi respon teknis perusahaan untuk memenuhi kebutuhan/keinginan pelanggan. Data respon teknis perusahaan didapatkan dengan melakukan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan.
- d. Matriks D (*Relationship matrix*), berisi informasi untuk mengetahui tingkat hubungan sejauh mana respon teknis perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan melakukan wawancara dengan pihak manajemen perusahaan.

Tabel 3.2 Simbol *Relationship*

Simbol	Nilai	Keterangan
<kosong>	0	Tidak ada hubungan
Δ	1	Hubungan lemah
○	3	Hubungan sedang
●	5	Hubungan kuat

Sumber : Wawolumaja dan Muis (2012:9)

- e. Matriks E (*Technical correlation*), berisi taksiran perusahaan dari hubungan antara setiap respon teknis. Data *technical correlation* ini

didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak manajemen perusahaan.

Tabel 3.3 Simbol *Technical correlation*

Simbol	Hubungan
•	Positif
<kosong>	Tidak ada hubungan
X	Negatif

Sumber : Wawolumaja dan Muis (2012:10)

- f. Matriks F (*Technical Matrix*), berisi nilai yang menyatakan seberapa penting suatu respon teknis perusahaan. Dengan menghitung nilai *Contributions* dan *Normalized Contributions* akan didapatkan informasi respon teknis perusahaan yang menjadi prioritas perusahaan.

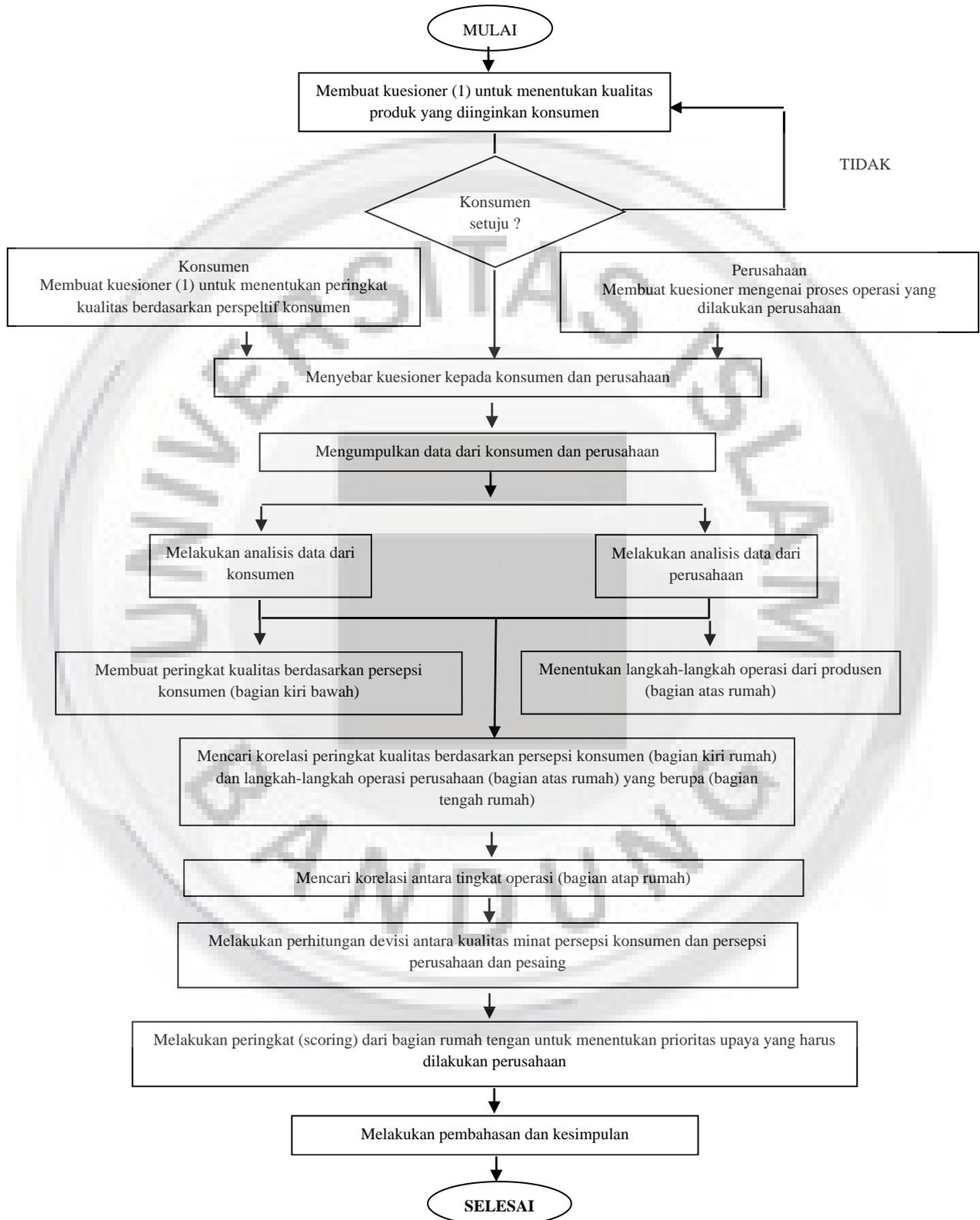
$$Contributions = \Sigma[(Relationship) \times (Normalized Raw Weight)]$$

$$Normalized Contributions = \frac{Contributions no.x}{Total\ nilai\ contributions}$$

Sumber : Wawolumojo dan Muis (2012:9)

Dengan uraian di atas dapat disimpulkan dengan bagan algoritma *Quality Function Deployment* sebagai berikut.

Gambar 3.2 Algoritma Model *Quality Function Deployment*



Sumber : Tasya Aspiranti (Bahan Kuliah 2012)