

ANALISIS KUALITAS JASA HOTEL MELALUI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* PADA FAVEHOTEL BRAGA

Siti Alyqha Mahira¹, Ria Arifianti², Raden Marsha Aulia Hakim³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia
Email Korespondensi: siti21020@mail.unpad.ac.id

Submitted: 05-06-2025; Accepted: 08-07-2025; Published : 10-07-2025

ABSTRAK

Favehotel Braga menghadapi tantangan dalam kualitas layanan yang tercermin dari fluktuasi okupansi dan sejumlah keluhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengoptimalkan kualitas layanan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) yang divisualisasikan melalui *House of Quality* (HoQ). Berdasarkan hasil analisis, teridentifikasi 17 atribut kebutuhan pelanggan yang paling penting, antara lain: kondisi kebersihan kamar, suasana kamar tamu, kelengkapan fasilitas, respons dan sikap staf, serta lokasi hotel. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, telah disusun 23 spesifikasi teknis, dan melalui perhitungan *importance rating*, ditentukan delapan spesifikasi teknis prioritas: penyediaan air minum kemasan, pelatihan karyawan, general maintenance kamar, penyediaan tempat sampah tertutup, layanan *free upgrade* kamar, *forecasting* tenaga tambahan, penambahan *amenities*, serta keberadaan *concierge* dan *bellboy* di *basement*. Analisis QFD juga mengungkap keterkaitan antar spesifikasi teknis, yang menunjukkan pentingnya pendekatan sistemik dalam peningkatan layanan. Selain itu, benchmarking terhadap favehotel Hyper Square digunakan sebagai pembandingan strategis. Secara keseluruhan, Dengan berfokus pada 8 spesifikasi teknis prioritas tersebut favehotel Braga dapat meningkatkan mutu layanan secara terstruktur dan memperkuat daya saing di industri perhotelan.

Kata kunci: Kualitas Layanan Hotel, *Quality Function Deployment*, *House of Quality*

ABSTRACT

Favehotel Braga is facing challenges with its service quality, evidenced by fluctuating occupancy rates and customer complaints. This situation highlights an urgent need for service improvement. This study aims to analyze and optimize the hotel's service quality using the Quality Function Deployment (QFD) method, implemented through the House of Quality (HOQ). This research identified 17 service quality attributes that guests consider important, with room cleanliness being the top priority. Based on the QFD analysis, eight technical responses were deemed most vital for quality improvement: providing bottled drinking water, offering employee training and refreshment, conducting general room maintenance, supplying closed waste bins, providing free room upgrades, forecasting additional staff needs, adding amenities, and ensuring the presence of a concierge and bellboy in the basement. Ultimately, applying QFD can help Favehotel Braga enhance its service quality in a more structured and informed manner, leading to superior service delivery.

Key word: Hotel Service Quality, *Quality Function Deployment*, *House of Quality*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata Indonesia menunjukkan pemulihan signifikan sejak pertengahan 2022 hingga awal 2024 (BPS,

2024), melebihi angka 2020. Pada Maret 2024, 1,04 juta wisatawan mancanegara berkunjung, naik drastis dari 486,16 ribu pada Maret 2020 (BPS, 2024). Tren positif ini berlanjut dengan

akumulasi 3,03 juta kunjungan Januari-Maret 2024, naik 25,43% dari 2023 (BPS, 2024).

Peningkatan wisatawan ini berdampak pada industri akomodasi, khususnya hotel. Data (Databoks, 2024) menunjukkan tren kenaikan jumlah hotel berbintang 3 dari 1.409 (2021) menjadi 1.606 (2023), menjadikannya kategori dominan. Jawa Barat memiliki mayoritas hotel bintang 3 terbanyak (240 unit dari 598 unit hotel bintang di Jawa Barat pada 2023), dan rata-rata lama menginap tamu di sana meningkat (BPS, 2024). Tingginya tren kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, khususnya sejak pemulihan pascapandemi pada pertengahan 2022 hingga awal 2024, memberikan dorongan signifikan terhadap pertumbuhan industri pariwisata dan akomodasi. Lonjakan jumlah kunjungan berkorelasi langsung dengan meningkatnya permintaan akan layanan penginapan yang berkualitas. Peningkatan jumlah hotel berbintang, khususnya hotel bintang 3 yang mendominasi di wilayah Jawa Barat, menunjukkan respons industri terhadap dinamika permintaan tersebut.

Namun, peningkatan jumlah unit hotel tidak selalu sebanding dengan peningkatan kualitas layanan. Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap hotel untuk tidak hanya fokus pada kuantitas, tetapi juga pada kualitas jasa yang diberikan. Dalam konteks ini, teori manajemen mutu menjadi relevan, khususnya prinsip *customer focus* dan *continuous improvement* dalam *Total Quality Management* (TQM), yang menekankan bahwa keberhasilan organisasi sangat tergantung pada kemampuannya memenuhi dan melampaui harapan pelanggan (Goetsch & Davis, 2016). Persaingan hotel yang ketat menuntut strategi kompetitif efektif (Harefa et al., 2022), semakin bervariasi pilihan dan jumlah hotel yang tersedia untuk menginap menjadikan persaingan di industri perhotelan menjadi semakin ketat, sehingga penting bagi pengusaha untuk memiliki kemampuan dalam menjalankan strategi kompetitif agar dapat mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, peningkatan kunjungan wisatawan dan ekspansi industri akomodasi harus diikuti oleh penerapan strategi peningkatan kualitas jasa berbasis prinsip-prinsip manajemen mutu, agar hotel tidak hanya mampu bersaing secara kuantitatif, tetapi juga

membangun loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Chittiprolu et al. (2021) berpendapat dalam tulisannya bahwa faktanya *platform* ulasan online bagaikan jendela yang terbuka bagi pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka di suatu tempat. Pelanggan dapat menulis ulasan, memberikan penilaian, dan mengunggah foto yang menggambarkan pengalaman mereka. Platform ini memungkinkan pengalaman positif dan negatif terpapar secara luas dan mudah diakses oleh konsumen lain di seluruh dunia. Favehotel Braga, hotel bintang 3 di pusat Kota Bandung (Braga City Walk), memiliki *rating* 8.3 di Traveloka (2024), dikategorikan "*Impressive*". Lokasi favehotel Braga terletak di pusat keramaian Kota Bandung, tepatnya di dalam kompleks hiburan Braga City Walk yang populer di Jalan Braga. Lokasinya strategis, dikelilingi oleh berbagai butik, kafe, bar, klub, dan restoran. Hotel ini menawarkan kamar yang bersih, menyenangkan, dan modern. Fasilitas kamar termasuk TV LED besar, tempat tidur, Wi-Fi, dan berbagai fasilitas lainnya. Hotel ini menjadi pilihan populer bagi para pengunjung kota Bandung karena beberapa faktor, di antaranya favehotel Braga merupakan bagian dari Archipelago Internasional (Archipelago, 2024) dan lokasi strategis. Namun *rating*-nya masih lebih rendah dari beberapa pesaing sesama hotel bintang 3 lainnya.

Analisis ulasan pelanggan menunjukkan mayoritas ulasan "*Very Good*" dan "*Fantastic*", namun ada 1.008 ulasan "*Average*". Aspek makanan, kebersihan, kenyamanan, lokasi, dan layanan belum mencapai nilai sempurna. Keluhan terbanyak terkait suasana kamar (66), kelengkapan fasilitas (47), dan kebersihan kamar (47). Untuk itu penulis ingin menggali lebih lanjut melalui pra-survey kepada beberapa tamu hotel yang sedang atau telah selesai menginap mengenai kualitas jasa favehotel Braga. Penulis melakukan wawancara dengan 8 informan yang terdiri atas 6 tamu dengan tujuan bisnis, serta 2 tamu dengan tujuan wisata. Dari hasil pra-survey ditemukan 5 aspek kualitas jasa yang terdiri atas 14 indikator yang dinilai oleh tamu hotel sebagai indikator kualitas jasa hotel. Berdasarkan hasil pra-survey tersebut, penulis merangkum favehotel Braga menunjukkan kualitas jasa yang baik di berbagai aspek. Fasilitas kamar memadai dan suasana nyaman, meski amenities perlu

dilengkapi. Pemesanan kamar juga dinilai cukup mudah, meski terkendala di metode pembayaran. Pelayanan staf cepat dan tanggap, dengan akses hotel yang strategis meski terkendala parkir dan kemacetan. Rasa dan variasi makanan memuaskan. Secara keseluruhan, favehotel Braga memberikan layanan baik dengan beberapa peluang perbaikan untuk meningkatkan pengalaman tamu.

Berdasarkan wawancara dengan pihak hotel, Tingkat okupansi favehotel Braga selama periode ini menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan dari bulan ke bulan. Ini sejalan dengan dampak pandemi COVID-19 yang menurunkan okupansi Favehotel Braga hingga hanya dapat mencapai 8% di 2021, menyebabkan penurunan kualitas fasilitas dan keterbatasan pemeliharaan. Meskipun okupansi pulih (78% di 2023), pemulihan fasilitas belum sebanding, memicu keluhan. Favehotel Braga mengakui hotel berupaya memulihkan fasilitas. Hal ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap kamar hotel secara berkala. Pihak hotel berpendapat menjelaskan bahwa hotel ini sedang bertahap memulihkan seluruh fasilitas sejak pandemi COVID-19 secara berkala demi menjaga kualitasnya, meski terkadang waktu untuk melakukan maintenance terbatas karena ramainya pengunjung. Studi oleh Martorell Cunill et al. (2024) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas layanan, yang biasanya diukur melalui jumlah bintang, dengan kinerja hotel, dimana hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan profitabilitas hotel.

Saat ini favehotel Braga melakukan peningkatan kualitas layannya dengan proses yang reaktif. favehotel Braga menerima keluhan tamu baik ditanyakan secara langsung maupun melalui ulasan online (ulasan di *online travel agents*). Keluhan yang diterima kemudian dikomunikasikan kepada departemen atau pihak yang terkait dengan masalah tersebut. Departemen yang terkait dengan keluhan akan menanggapi dengan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah yang disampaikan oleh tamu. Setelah mendapatkan tanggapan dari departemen terkait, favehotel Braga melakukan tindakan perbaikan atau penyelesaian terhadap keluhan yang diajukan oleh tamu. Proses ini terus berulang demi

meningkatkan kualitas hotel dan menjaga kenyamanan tamu. Berdasarkan wawancara penulis dengan pihak hotel, saat ini salah satu fokus utama favehotel Braga adalah memulihkan fasilitas yang menurun kualitasnya selama pandemi.

Mengingat fenomena ini, perlu peninjauan kinerja Favehotel Braga untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengusulkan penggunaan *Quality Function Deployment (QFD)* untuk mendalami harapan pelanggan dan merumuskan strategi perbaikan (Schroeder & Goldstein, 2018). Kualitas jasa terbukti mempengaruhi minat beli, sehingga melakukan perbaikan kualitas jasa dapat menjadi poin kompetitif bagi hotel (Caniago & Rustanto, 2022). QFD telah terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai industri, mengurangi waktu pengembangan produk, meningkatkan komunikasi antar departemen, dan memprioritaskan area perbaikan (Zhang et al., 2022).

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada favehotel Braga, dimana ada beberapa hal yang memiliki potensi untuk ditingkatkan termasuk dari berbagai keluhan yang disampaikan oleh tamu, perlu dilakukan peninjauan performa kinerja favehotel Braga. Peninjauan berfokus kepada kualitas yang bertujuan supaya layanan yang diberikan menjadi lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. favehotel Braga bergerak di bidang jasa sehingga fokus peningkatan kualitas akan dilakukan pada keseluruhan proses jasa yang diberikan kepada pelanggan. Peningkatan kualitas diusulkan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* agar dapat mendalami respon tamu serta faktor-faktor yang menjadi prioritas harapan pelanggan dalam memilih favehotel Braga, dengan tujuan untuk mengetahui kondisi layanan favehotel Braga dari sudut pandang pelanggan. Quality Function Deployment (QFD) menjadi solusi strategis karena mampu menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam spesifikasi teknis secara sistematis. Menurut ISO 16355-1:2021, QFD tidak hanya digunakan dalam pengembangan produk baru, tetapi juga efektif untuk perbaikan layanan yang telah ada. QFD relevan dalam sektor jasa karena mampu meningkatkan

kepuasan pelanggan, efisiensi proses, dan mengurangi biaya korektif (Bahia et al., 2023; Edgar, 2023). QFD juga mendukung pendekatan berkelanjutan melalui tiga langkah utama: mengenali kebutuhan pelanggan, menghubungkannya dengan atribut layanan, serta menetapkan prioritas pengembangan (Schroeder & Goldstein, 2018). Dengan demikian, QFD merupakan alat strategis yang membantu hotel meningkatkan mutu layanan secara terstruktur dan berorientasi pada pelanggan.

Kontribusi dari penelitian ini adalah memberikan informasi yang dapat digunakan oleh manajemen hotel dalam merumuskan kebijakan untuk meningkatkan kualitas layanan favehotel Braga. Metode QFD dipilih sebagai alat untuk merumuskan strategi perbaikan. QFD awalnya dirancang untuk merancang produk atau jasa, terbukti efektif dalam konteks peningkatan karena melibatkan kebutuhan pelanggan dan mempercepat waktu pengembangan dengan mengimplementasikan kebutuhan pelanggan secara efisien (Schroeder & Goldstein, 2018).

Penggunaan QFD dapat meningkatkan kualitas jasa favehotel Braga serta memberikan arahan terkait prioritas dalam melakukan peningkatan layanan. Peningkatan kualitas jasa dilakukan dengan memperbaiki desain jasa yang telah ada sebelumnya. Penelitian oleh Zhang et al. (2022) menunjukkan bahwa QFD telah terbukti sebagai alat yang berharga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai industri. Tidak hanya itu, manfaat utamanya antara lain mengurangi waktu pengembangan produk, meningkatkan komunikasi antar departemen, mengidentifikasi fitur utama yang penting bagi pelanggan, dan memprioritaskan area yang perlu diperbaiki.

Riset ini bertujuan untuk menganalisis dan mengoptimalkan kualitas layanan Favehotel Braga dengan menjawab dua pertanyaan utama: bagaimana meningkatkan kualitas layanan hotel menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*, dan bagaimana merancang atribut jasa agar fokus pada kebutuhan pelanggan. Penelitian terdahulu banyak menggunakan metode deskriptif seperti SERVQUAL, namun belum banyak yang mengintegrasikan *Quality Function Deployment (QFD)* sebagai pendekatan sistematis untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam

spesifikasi teknis layanan. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan menerapkan QFD berbasis standar ISO 16355-1:2021, mengidentifikasi atribut kebutuhan pelanggan, spesifikasi teknis, serta memetakan hubungan keduanya melalui *House of Quality*.

Secara teoritis, studi ini diharapkan memperkaya pemahaman tentang manajemen kualitas jasa di industri perhotelan dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, secara praktis, hasil riset ini akan membantu manajemen favehotel Braga dalam mengidentifikasi area perbaikan, merancang strategi dengan QFD, dan merumuskan kebijakan pengendalian kualitas yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas layanan hotel yang terstruktur dan berorientasi pada pelanggan.

METODE PENELITIAN

Sugiyono (2020) berpendapat bahwa objek penelitian sebagai segala sesuatu yang menjadi fenomena atau pusat perhatian dalam sebuah penelitian. Objek penelitian bisa berupa manusia, benda, fenomena, atau konsep tertentu yang ingin diteliti oleh peneliti. Maka, objek dalam penelitian ini adalah kualitas jasa dari favehotel Braga di Bandung. Fokus penelitian pada atribut pelayanan jasa memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi atribut mana yang perlu ditingkatkan dan merumuskan spesifikasi teknis yang tepat untuk memperbaikinya.

Penelitian ini mengadopsi metode campuran (kuantitatif dan kualitatif), dengan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan utama. Metode kuantitatif, seperti survei skala bertingkat, digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap atribut layanan. Selanjutnya, metode kualitatif akan menggali data mendalam dari berbagai pihak (tamu, karyawan, manajemen) melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk memahami nuansa kompleksitas kualitas layanan (Nasution, 2023; Sugiyono, 2020). Desain ini memberikan pemahaman komprehensif untuk perbaikan strategis.

Penelitian ini menggunakan data primer (wawancara, kuesioner, observasi langsung) yang diperoleh langsung dari subjek penelitian untuk keaslian dan objektivitas. Data sekunder (dokumen, laporan, jurnal, artikel berita)

digunakan untuk melengkapi dan memperkuat informasi (Nasution, 2023).

Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode *systematic random sampling* (Sugiyono, 2020) dengan rumus Slovin, yaitu $n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$, menghasilkan 89 tamu sebagai sampel dari total rata-rata okupansi tamu, yaitu 114 tamu. Untuk penelitian kualitatif, informan dipilih dengan *purposive sampling* melibatkan tamu hotel dan manajemen Favehotel Braga. Data dikumpulkan melalui:

1. Observasi: Dilakukan secara langsung di Favehotel Braga dengan observasi partisipasi pasif untuk mengamati proses bisnis alami dan fenomena kualitas pelayanan (Sugiyono, 2020).
2. Wawancara: Menggunakan metode semi-terstruktur untuk menggali informasi mendalam (Sugiyono, 2020) dari tamu hotel terkait keadaan hotel, dan manajemen hotel untuk memperoleh informasi terkait respon teknis, *competitive benchmarking*, matrik *interrelationship*, dan matrik korelasi.
3. Kuesioner: Disusun berdasarkan pra-survei, menggunakan *rating scale* (Sugiyono, 2020) untuk mengukur tingkat kepentingan dan pengalaman pelanggan. Kuesioner ini akan diuji validitas konstruk dan reliabilitasnya (Sugiyono, 2020). Responden yang dipilih adalah 90 orang tamu Favehotel Braga.

Prosedur Penyusunan House of Quality

Penelitian ini menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)* dengan *House of Quality (HOQ)* sebagai fondasi utama (Schroeder & Goldstein, 2018). Analisis perbaikan dibagi menjadi beberapa tahap:

Customer Needs

Menentukan atribut kebutuhan pelanggan berdasarkan HOLSERV (Kalnaovakul & Promsivapallop, 2023) yang disesuaikan, kemudian mengukur *Importance Rating* menggunakan *rating scale* (Hairiyah et al., 2021; Riyanto & Hermawan, 2020). Selanjutnya dilakukan uji validitas internal untuk memastikan setiap item kuesioner mengukur secara akurat variabel yang dituju (Sugiyono, 2020). Menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, item dinyatakan valid

jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 0,05. Selanjutnya uji reliabilitas mengukur konsistensi dan keandalan instrumen (Sugiyono, 2020) menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen reliabel jika nilai $> 0,70$ (Ghozali, 2018). Proses ini diolah dengan IBM SPSS Statistics 25

Competitive Benchmarking

Membandingkan posisi hotel dengan kompetitor berdasarkan atribut layanan menggunakan skala 1-5 (Schroeder & Goldstein, 2018).

Tabel 1 Nilai Competitive Benchmarking

Nilai	Pengertian
5	Kompetitor sangat kuat memenuhi kebutuhan pelanggan
4	Kompetitor lebih kuat memenuhi kebutuhan pelanggan
3	Kompetitor sama kuat dengan perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan
2	Perusahaan lebih kuat memenuhi kebutuhan pelanggan
1	Perusahaan sangat kuat memenuhi kebutuhan pelanggan

Sumber: Data diolah penulis, 2024
 Dilakukan melalui wawancara dengan *Assisstant Sales Marketing* favehotel Braga.

Technical Requirement

Menentukan persyaratan teknis untuk meningkatkan kualitas jasa melalui wawancara manajemen hotel dilengkapi dengan data hasil kuesioner pengalaman pelanggan, ulasan tamu, dan observasi (Schroeder & Goldstein, 2018).

Interrelationship Matrix

Menilai hubungan antara kebutuhan pelanggan dan spesifikasi teknis menggunakan simbol berikut (Schroeder & Goldstein, 2018).

Tabel 2 Simbol Interrelationship Matrix

Hubungan	Simbol	Nilai
Kuat	●	9
Sedang	○	3
Lemah	▽	1
Tidak Ada		0

Sumber: Hairiyah et al. (2021)
 Nilai *interrelationship matrix* didapatkan berdasarkan wawancara manajemen hotel dan observasi. Selanjutnya *General Manager* memberikan validasi terhadap nilai hubungan.

Correlation Matrix

Memahami hubungan antar spesifikasi teknis menggunakan simbol sebagai berikut (Schroeder & Goldstein, 2018).

Tabel 3 Simbol *Correlation Matrix*

Simbol	Keterangan
+	Terdapat hubungan positif antar dua respon teknis
-	Terdapat hubungan negatif antar dua respon teknis
	Tidak terdapat hubungan antar dua respon teknis

Sumber: Hairiyah et al. (2021)

Nilai *interrelationship matrix* didapatkan berdasarkan wawancara manajemen hotel dan observasi. Selanjutnya *General Manager* memberikan validasi terhadap nilai hubungan.

Target Value

Menetapkan target jelas untuk setiap spesifikasi teknis melalui diskusi dengan departemen hotel, selanjutnya *General Manager* memberikan validasi terhadap target yang telah ditetapkan (Schroeder & Goldstein, 2018).

Menghitung *Importance Rating*

Tahap terakhir adalah menentukan prioritas peningkatan kualitas (Sari, 2021). Nilai *absolute importance* menunjukkan seberapa besar suatu spesifikasi teknis dibutuhkan untuk meningkatkan atribut layanan.

$$Absolute\ Importance = \sum(Degree\ of\ Importance \times Nilai\ hubungan)$$

Nilai *relative importance* adalah angka dalam bentuk persen kumulatif.

$$Relative\ Importance = \frac{Nilai\ Absolute\ Importance}{\sum(Nilai\ Absolute\ Importance)}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Favehotel Braga adalah hotel bintang tiga yang strategis di pusat kota Bandung, tepatnya di Jalan Braga yang historis dan ikonik. Lokasinya yang berada di pusat kebudayaan dan gaya hidup memberikan keuntungan signifikan dalam menjangkau berbagai segmen pasar.

Quality Function Deployment Customer Needs

Atribut kebutuhan pelanggan ditentukan berdasarkan kerangka HOLSERV (Kalnaovakul & Promsivapallop, 2023) yang telah disesuaikan. *Rating scale* digunakan untuk mengukur *Importance Rating* (Hairiyah et al., 2021; Riyanto & Hermawan, 2020). Selanjutnya, instrumen divalidasi menggunakan uji validitas internal dengan korelasi Pearson Product Moment (Sugiyono, 2020). Dari 90 responden, seluruh 17 indikator kuesioner terbukti valid ($r_{hitung} > r_{tabel} = 0,207$ pada signifikansi 0,05), memastikan kelayakan instrumen. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (Sugiyono, 2020) menunjukkan nilai 0,925. Karena melebihi 0,70 (Ghozali, 2018), seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel, menegaskan konsistensi dan keabsahan instrumen penelitian. Semua analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Hasil *Importance Rating* menunjukkan bahwa seluruh 17 atribut layanan di Favehotel Braga dinilai "Sangat Penting" oleh tamu. Atribut dengan prioritas tertinggi adalah "Kondisi Kebersihan Kamar" (skor 4,87), menegaskan kebersihan sebagai aspek krusial. Meskipun "Ukuran Kamar Tamu" memiliki skor terendah (4,22), semua atribut tetap dianggap fundamental bagi pengalaman menginap tamu.

Tabel 4 *Importance Rating*

Kode Item	Kebutuhan Konsumen	<i>Importance Rating</i>	Kategori
TS1	Kelengkapan fasilitas di kamar	4,70	Sangat Penting
TS2	Suasana kamar tamu	4,80	Sangat Penting
TS3	Kondisi kebersihan kamar	4,87	Sangat Penting
TS4	Lokasi hotel strategis	4,59	Sangat Penting
TS5	Kelengkapan fasilitas penunjang di kamar mandi tamu	4,63	Sangat Penting
TS6	Ukuran kamar tamu	4,22	Sangat Penting
TS7	Ketersediaan parkir hotel	4,42	Sangat Penting
RL1	Kesesuaian fasilitas yang dijanjikan dalam	4,42	Sangat Penting

	deskripsi kamar		
RL2	Kesesuaian layanan yang dijanjikan oleh hotel dalam deskripsi	4,50	Sangat Penting
RL3	Ketersediaan penanda arah fasilitas hotel	4,52	Sangat Penting
RS1	Kecepatan staf untuk merespons permintaan tamu (layanan kamar)	4,64	Sangat Penting
RS2	Kecepatan staf dalam menangani keluhan atau masalah yang dihadapi tamu	4,56	Sangat Penting
RS3	Sikap ramah dari staf saat berinteraksi dengan tamu	4,64	Sangat Penting
SP1	Kecepatan proses check-in dan check-out	4,48	Sangat Penting
SP2	Aksesibilitas platform pemesanan yang beragam	4,47	Sangat Penting
F1	Rasa makanan yang disajikan	4,40	Sangat Penting
F2	Ragam pilihan makanan yang ditawarkan	4,43	Sangat Penting

Sumber: Data primer diolah, 2025

Competitive Benchmarking

Analisis ini bertujuan membandingkan kinerja Favehotel Braga dengan kompetitor dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, guna merumuskan peningkatan layanan di masa depan (Pratiwi et al., 2019). Mengingat keterbatasan akses data langsung, *benchmarking* dilakukan berdasarkan asumsi internal perusahaan, yang diperoleh dari wawancara dengan *Assistant Sales Marketing Manager* Favehotel Braga, Bapak Rizky Sopyansyah. Wawancara tersebut mengidentifikasi Favehotel Hyper Square sebagai kompetitor terkuat, meskipun merupakan *sister hotel*. Persaingan ini

didasarkan pada indikator strategis seperti klasifikasi bintang, lokasi, okupansi, harga kamar, dan terutama pendapatan. Favehotel Hyper Square memiliki konsep modern, fungsional, dan lokasi strategis yang dekat dengan pusat transportasi dan perbelanjaan, menysasar segmen pasar serupa dengan Favehotel Braga.

Hasil *competitive benchmarking* menunjukkan perbandingan kualitas layanan Favehotel Braga terhadap Favehotel Hyper Square berdasarkan persepsi internal perusahaan.

Tabel 5 Competitive Benchmarking

No.	Customer Requirements	Competitive Comparison Competitor: favehotel Paskal				
		1	2	3	4	5
1	Kelengkapan fasilitas di kamar			●		
2	Suasana kamar tamu				●	
3	Kondisi kebersihan kamar			●		
4	Lokasi hotel strategis	●				
5	Kelengkapan fasilitas penunjang di kamar mandi tamu			●		
6	Ukuran kamar tamu			●		
7	Ketersediaan parkir hotel			●		
8	Kesesuaian fasilitas yang dijanjikan dalam deskripsi kamar			●		
9	Kesesuaian layanan yang dijanjikan oleh hotel dalam deskripsi		●			
10	Ketersediaan penanda arah fasilitas hotel				●	
11	Kecepatan staf untuk merespons permintaan tamu (layanan kamar)		●			
12	Kecepatan staf dalam menangani keluhan atau masalah yang dihadapi tamu		●			
13	Sikap ramah dari staf saat berinteraksi dengan tamu	●				

**Analisis Kualitas Jasa Hotel melalui *Quality Function Deployment* pada Favehotel Braga
(Siti Alyqha Mahira, Ria Arifianti, Raden Marsha Aulia Hakim)**

No.	Customer Requirements	Competitive Comparison				
		Competitor: favehotel Paskal				
		1	2	3	4	5
14	Kecepatan proses check-in dan check-out		•			
15	Aksesibilitas platform pemesanan yang beragam			•		
16	Rasa makanan yang disajikan			•		
17	Variasi menu makanan				•	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Technical Requirements

Technical requirements menerjemahkan kebutuhan konsumen ke dalam spesifikasi teknis untuk meningkatkan kualitas layanan. Berdasarkan evaluasi mendalam terhadap tanggapan dan ulasan pelanggan mengenai atribut layanan Favehotel Braga dirumuskan respon teknis untuk peningkatan kualitas jasa.

Temuan dari analisis kebutuhan pelanggan ini menjadi dasar perumusan spesifikasi teknis. Proses ini dilakukan bersama tim manajemen Favehotel Braga dan telah dikonfirmasi oleh General Manager. Hasilnya, 23 respons teknis telah diidentifikasi untuk perbaikan kualitas layanan, yaitu:

1. Menyediakan tempat sampah tertutup
2. Menambahkan dekorasi *trendy*
3. *General maintenance* kamar
4. *Deep cleaning* kamar
5. *General cleaning* kamar
6. Mengganti *bed skirting*
7. *Training & refreshment* karyawan
8. Penambahan karpet di kamar
9. Penambahan *amenities*
10. Menyediakan air minum kemasan
11. Menggunakan lampu putih
12. Pemasangan *rubber* dan *mohair*
13. Penempatan tamu berdasarkan kategori
14. Pemasangan saluran udara
15. Penggunaan *air refreshner* natural di kamar
16. Pemasangan sekat di kamar mandi
17. *Test food &* pengawasan
18. Penambahan *signage*
19. *Concierge & bellboy* di *basement*
20. Layanan *free upgrade* kamar
21. Layanan *courtesy call*
22. *Forecasting* tenaga tambahan
23. *Free early check-in & late check-out*

Interrelationship Matrix

Analisis *interrelationship matrix* mengidentifikasi keterkaitan dan kontribusi setiap respons teknis terhadap peningkatan atribut jasa yang menjadi prioritas kebutuhan

konsumen. Penilaian hubungan ini didasarkan pada wawancara dengan manajemen hotel, observasi lapangan, serta diperkuat oleh referensi teori. kemudian dikonfirmasi oleh General Manager. Total 60 hubungan teridentifikasi antara respons teknis dengan kebutuhan tamu. Salah satunya, atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi yaitu, kondisi kebersihan kamar. Untuk meningkatkan kualitas kondisi kebersihan kamar, terdapat sepuluh respons teknis yang saling terkait. Empat respons teknis memiliki hubungan sangat kuat (nilai 9) dalam upaya peningkatan ini. Pertama, menyediakan tempat sampah tertutup adalah solusi langsung yang efektif mencegah bau dan menjaga visual kebersihan kamar, merespons keluhan tamu. Kedua, *deep cleaning* kamar sangat krusial karena pembersihan menyeluruh ini menghilangkan kotoran tersembunyi, secara signifikan meningkatkan kebersihan. Ketiga, *general cleaning* kamar, sebagai upaya utama manajemen hotel, secara rutin menjaga kebersihan, termasuk kualitas linen yang berkontribusi pada kepuasan tamu. Terakhir, menyediakan air minum kemasan merupakan respons langsung terhadap masalah higienitas teko air, sehingga meningkatkan persepsi kebersihan terkait konsumsi.

Enam respons teknis lainnya memiliki hubungan sedang (nilai 3). Mengganti *bed skirting* berbahan kulit dianggap lebih higienis dan mudah dibersihkan, meskipun pengaruhnya terhadap kebersihan menyeluruh tidak sebesar elemen lain, lebih menonjolkan estetika. *Training & refreshment* karyawan penting karena keluhan kebersihan seringkali disebabkan oleh *human error* staf, pelatihan meningkatkan standar pelayanan kebersihan. Pemasangan saluran udara berkontribusi pada kualitas udara dan meminimalkan bau apek, secara tidak langsung mendukung kebersihan. Penggunaan *air freshener* natural di kamar adalah solusi langsung untuk keluhan bau, memberikan aroma segar. Pemasangan sekat di

kamar mandi membantu mencegah penyebaran air dan kelembapan, meski efektivitasnya juga bergantung pada kesadaran tamu. Terakhir, *forecasting* tenaga tambahan saat peak season membantu mempercepat pembersihan kamar sebelum *check-in*, meskipun kebersihan akhir tetap bergantung pada ketelitian individu *housekeeper*. Memahami keterkaitan ini memungkinkan Favehotel Braga mengalokasikan sumber daya secara strategis untuk dampak optimal pada kebersihan kamar. Hubungan untuk atribut lainnya akan lebih jelas digambarkan pada bagan *House of Quality*.

Correlation Matrix

Analisis *Correlation Matrix* mengidentifikasi bagaimana perubahan pada satu Spesifikasi Teknis (TR) memengaruhi TR lainnya, berdasarkan metode Schroeder & Goldstein (2018) dan standar Hairiyah et al. (2021). Penentuan korelasi ini didapat melalui wawancara dan observasi dengan manajemen Favehotel Braga, lalu divalidasi oleh *General Manager*. Secara total, ditemukan 6 hubungan saling memengaruhi antar TR, dan semuanya menunjukkan korelasi positif. Berikut adalah hubungan-hubungan tersebut:

1. *General maintenance* kamar dan *Deep cleaning* kamar memiliki hubungan positif. Ini berarti bahwa upaya yang lebih intensif dalam pemeliharaan umum kamar cenderung akan mendukung juga pelaksanaan *deep cleaning* yang lebih efektif, dan sebaliknya. Kedua aktivitas ini saling melengkapi untuk menjaga kondisi kamar.
2. *Deep cleaning* kamar dan *General cleaning* kamar juga menunjukkan hubungan positif. Peningkatan pada *deep cleaning* (pembersihan mendalam) akan berkorelasi positif dengan kualitas *general cleaning* (pembersihan rutin), karena kamar yang pernah dibersihkan secara mendalam akan lebih mudah untuk dijaga kebersihannya secara rutin.
3. Hubungan positif terlihat antara pemasangan saluran udara dan penggunaan *air refreshner* natural di kamar. Pemasangan saluran udara yang baik akan menunjang efektivitas penggunaan *air freshener* alami dalam menjaga kualitas udara dan suasana kamar yang segar.

4. Penambahan *signage* (penanda arah) dan *concierge & bellboy* di *basement* memiliki korelasi positif. Penambahan penanda arah yang jelas akan memudahkan tamu, yang kemudian dapat mengurangi beban kerja *concierge* dan *bellboy* dalam memberikan arahan, atau justru akan meningkatkan efektivitas mereka karena tamu sudah disambut dari awal.
5. *Forecasting* tenaga tambahan dan *training & refreshment* karyawan menunjukkan hubungan positif. Perencanaan kebutuhan tenaga tambahan yang akurat akan mendukung efektivitas program *training* dan *refreshment* karyawan, karena hotel dapat memastikan karyawan yang tepat menerima pelatihan yang sesuai pada waktu yang dibutuhkan.
6. Terakhir, *free early check-in & late check-out* dan *forecasting* tenaga tambahan memiliki hubungan positif. Fleksibilitas waktu *check-in* dan *check-out* yang ditawarkan hotel memerlukan *forecasting* tenaga tambahan yang cermat. Dengan perkiraan kebutuhan staf yang lebih baik, hotel dapat memastikan ketersediaan personel yang cukup untuk mengelola lonjakan atau penurunan tamu akibat kebijakan *early check-in* atau *late check-out* tanpa mengorbankan kualitas layanan.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa perbaikan pada satu aspek teknis yang berkorelasi positif akan memberikan dampak sinergis yang mendukung peningkatan pada aspek teknis lainnya, sehingga penting untuk mempertimbangkan keterkaitan ini dalam strategi implementasi.

Penetapan Target Value

Penetapan *target value* dalam *Quality Function Deployment (QFD)* sangat penting untuk mengukur efektivitas perbaikan spesifikasi teknis. Target ini, yang disepakati melalui diskusi kolaboratif dengan departemen dan manajer Favehotel Braga, menjadi acuan keberhasilan dan harus realistis serta sesuai kondisi operasional hotel. Untuk kualitas kamar dan kebersihan, banyak standar ditargetkan 100% di semua kamar (misalnya, tempat sampah tertutup, dekorasi, *amenities*, air minum kemasan, sekat kamar mandi, *air freshener*). Pemeliharaan umum dan *deep cleaning* kamar

**Analisis Kualitas Jasa Hotel melalui *Quality Function Deployment* pada Favehotel Braga
(Siti Alyqha Mahira, Ria Arifianti, Raden Marsha Aulia Hakim)**

ditargetkan minimal 2 kamar per minggu, sementara *general cleaning* 25 kamar per bulan per staf. Penambahan karpet dilakukan pada 100% kamar tipe tertentu, dan penggunaan lampu putih pada titik yang diperlukan. Dalam hal efisiensi operasional dan SDM, pelatihan karyawan dijadwalkan 1 kali per tahun (HRD) dan 4 jam per bulan (departemen). Penempatan tamu berdasarkan kategori dan *forecasting* tenaga tambahan disesuaikan saat dibutuhkan atau musim puncak. Pemasangan saluran udara ditargetkan sepanjang koridor. Terakhir, untuk pengalaman tamu dan layanan, *test food* dan pengawasan dilakukan setiap hari, penambahan *signage* bertujuan tidak menimbulkan keluhan, *concierge* dan *bellboy* memastikan tamu terarahkan, layanan free upgrade kamar dan *free*

early check-in & late check-out diberikan jika dibutuhkan, dan layanan *courtesy call* dilakukan setiap hari. Keseluruhan penetapan target yang jelas ini akan memandu Favehotel Braga dalam implementasi perbaikan kualitas layanan secara sistematis dan terukur.

Menghitung *Importance Rating*

Importance rating dihitung untuk mengidentifikasi prioritas spesifikasi teknis dalam peningkatan kualitas layanan Favehotel Braga, didasarkan pada kombinasi nilai hubungan dari *interrelationship matrix* dan bobot kepentingan atribut kebutuhan konsumen. Berdasarkan perhitungan, delapan spesifikasi teknis teratas memiliki nilai *absolute importance* di atas rata-rata, menjadikannya prioritas utama:

Tabel 6 *Importance Rating*

Spesifikasi Teknis	Nilai		Peringkat
	<i>Absolute Importance</i>	<i>Relative Weight</i>	
Menyediakan air minum kemasan	125,90	8,68%	1
<i>Training & refreshment</i> karyawan	125,23	8,63%	2
<i>General maintenance</i> kamar	125,17	8,63%	3
Menyediakan tempat sampah tertutup	99,60	6,86%	4
Layanan <i>free upgrade</i> kamar	92,20	6,35%	5
<i>Forecasting</i> tenaga tambahan	86,31	5,95%	6
Penambahan <i>amenities</i>	81,50	5,62%	7
<i>Concierge & bellboy</i> di basement	67,30	4,64%	8
Layanan <i>courtesy call</i>	59,48	4,10%	9
Pemasangan saluran udara	57,80	3,98%	10
Menambahkan dekorasi <i>trendy</i>	57,30	3,95%	11
Penambahan <i>signage</i>	53,97	3,72%	12
<i>Free early check-in & late check-out</i>	53,80	3,71%	13
<i>Deep cleaning</i> kamar	43,80	3,02%	14
<i>General cleaning</i> kamar	43,80	3,02%	14
Menggunakan lampu putih	43,20	2,98%	16
Pemasangan <i>rubber</i> dan <i>mohair</i>	43,20	2,98%	16
Penempatan tamu berdasarkan kategori	43,20	2,98%	16
<i>Test food &</i> pengawasan	39,60	2,73%	19
Mengganti <i>bed skirting</i>	32,92	2,27%	20
Penambahan karpet di kamar	32,72	2,25%	21
Pemasangan sekat di kamar mandi	28,50	1,96%	22
Penggunaan <i>air refreshner</i> natural di kamar	14,60	1,01%	23
Total		100,00%	

Sumber: Data primer diolah, 2025

Penyusunan *House of Quality*

Setelah melalui serangkaian tahapan analisis, seluruh matriks yang telah dikembangkan disusun secara sistematis ke dalam satu kesatuan yang disebut *House of Quality (HOQ)*. Struktur ini memuat informasi komprehensif mengenai hasil identifikasi kebutuhan konsumen, spesifikasi teknis, serta hubungan antara keduanya. Selain itu, HOQ juga menyajikan korelasi antar spesifikasi teknis, dan tingkat prioritas berdasarkan analisis *importance rating*, sehingga memberikan gambaran strategis mengenai langkah-langkah perbaikan kualitas jasa yang dapat diimplementasikan secara tepat.

Dalam penyusunan *House of Quality* pada penelitian ini, teridentifikasi sebanyak 17 atribut kebutuhan konsumen dan 23 spesifikasi teknis yang relevan. Hubungan antara masing-masing atribut kebutuhan dengan spesifikasi teknis dianalisis melalui *interrelationship matrix*, sementara hubungan antar spesifikasi teknis dianalisis melalui *correlation matrix*. Untuk memperkuat pemetaan posisi hotel di pasar, ditambahkan pula analisis *competitive benchmarking* guna membandingkan persepsi konsumen terhadap favehotel Braga dan pesaing utama.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan QFD melalui model HOQ mampu mengidentifikasi hubungan langsung antara kebutuhan konsumen dan spesifikasi teknis internal hotel secara sistematis dan terukur. Temuan ini menguatkan konsep dasar QFD sebagaimana dijelaskan dalam ISO 16355-1:2021, bahwa QFD bukan sekadar alat pengembangan produk, melainkan metode strategis untuk menjamin kepuasan pelanggan melalui penerjemahan kebutuhan ke dalam karakteristik teknis yang dapat diimplementasikan. Lebih lanjut, hasil identifikasi kebutuhan yang semuanya berada pada tingkat “sangat penting” sejalan dengan kerangka HOLSERV Plus oleh Kalnaovakul &

Promsivapallop (2023), yang menekankan pentingnya dimensi *tangibles and surroundings, reliability, responsiveness, service process*, dan *food* dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Dalam konteks ini, atribut seperti kebersihan kamar, suasana kamar, serta keramahan dan kecepatan respons staf, merupakan manifestasi langsung dari dimensi HOLSERV Plus tersebut, yang kemudian dipetakan secara teknis dalam HOQ melalui spesifikasi seperti *training staf, general maintenance*, dan *deep cleaning* kamar.

Temuan ini juga selaras dengan penelitian Zhang et al. (2022), yang menegaskan bahwa QFD adalah alat strategis untuk mengidentifikasi fitur layanan yang paling penting dan memprioritaskan area perbaikan secara sistematis. Dalam konteks favehotel Braga, temuan penting bahwa spesifikasi teknis seperti penyediaan air minum kemasan, penambahan *amenities*, dan layanan *free upgrade* kamar berada pada urutan teratas *importance rating* menunjukkan bahwa langkah teknis ini bukan hanya bersifat operasional, tetapi juga strategis dalam meningkatkan persepsi kualitas. Korelasi antar spesifikasi teknis yang ditampilkan pada bagian atap HOQ juga mencerminkan prinsip dalam manajemen mutu terpadu (TQM), yaitu integrasi proses dan efisiensi perbaikan yang saling mendukung (Goetsch & Davis, 2016). Misalnya, hubungan antara *forecasting* tenaga tambahan dan *training* karyawan memperlihatkan bahwa strategi peningkatan kualitas harus mencakup perencanaan sumber daya manusia yang komprehensif dan terintegrasi.

Oleh karena itu, *House of Quality* yang disusun dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis dalam peningkatan kualitas layanan di favehotel Braga secara menyeluruh dan berkelanjutan. Berikut model analisis QFD utuh yang telah dilakukan pada favehotel Braga:

SIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)* untuk mengidentifikasi 17 atribut kebutuhan pelanggan yang paling penting bagi tamu Favehotel Braga, seperti kebersihan kamar, keramahan staf, dan kelengkapan fasilitas. Untuk memenuhi kebutuhan ini, 23 spesifikasi teknis diidentifikasi, dengan delapan prioritas utama berdasarkan *importance rating*: penyediaan air minum kemasan, *training* karyawan, *general maintenance* kamar, penyediaan tempat sampah tertutup, layanan *free upgrade*, *forecasting* tenaga tambahan, penambahan *amenities*, dan keberadaan *concierge* serta *bellboy*. Analisis QFD juga menunjukkan keterkaitan positif antar spesifikasi teknis, di mana perbaikan satu area dapat memberikan dampak positif pada area lain, misalnya *general maintenance* yang memengaruhi *deep cleaning*. Terakhir, House of Quality yang dilengkapi dengan komparasi kompetitif (*benchmarking*) terhadap Favehotel Paskal, memberikan visualisasi komprehensif yang dapat menjadi dasar strategis bagi Favehotel Braga untuk meningkatkan daya saing dan kualitas layanan.

Saran Praktis

- Disarankan bagi hotel untuk menerapkan delapan spesifikasi teknis prioritas yang diidentifikasi QFD, mengikuti urutan dan target yang ada.
- Fokus perbaikan pada area yang saling berkorelasi kuat (misal: *general maintenance* dan *deep cleaning*) untuk dampak yang lebih luas dan efisien.
- Lakukan evaluasi rutin untuk mengukur efektivitas implementasi, dan pertimbangkan replikasi jika berhasil.

Saran Akademis

Penelitian di masa yang akan datang disarankan untuk memperkaya aspek *competitive benchmarking*. Kumpulkan data dan indikator yang lebih mendalam dan langsung dari pesaing. Ini akan memberikan wawasan strategis yang lebih tajam dan mendukung perumusan kebijakan peningkatan mutu layanan yang lebih adaptif dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Archipelago. (2024, July 12). *Archipelago*. Archipelago. <https://www.archipelagohotels.com/get-to-know-us/our-story>
- Bahia, T. H. A., Idan, A. R., & Athab, K. R. (2023). The Effect of Quality Function Deployment (QFD) in Enhancing Customer Satisfaction. *International Journal of Professional Business Review*, 8(1). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.1156>
- BPS. (2024). *Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata Maret 2024*.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5, 19–25.
- Chittiprolu, V., Samala, N., & Bellamkonda, R. S. (2021). Heritage hotels and customer experience: a text mining analysis of online reviews. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(2), 131–156. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-02-2020-0050>
- Databoks. (2024, January 30). *Jumlah Hotel Bintang di Indonesia 2023, Mayoritas Bintang Tiga*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/properti/statistik/60db570e8eaf1a2/jumlah-hotel-bintang-di-indonesia-2023-mayoritas-bintang-tiga>
- Edgar, V. (2023). Quality Function Deployment: Definition, Benefits And Disadvantages In Its Application For Customer Satisfaction Management. Critical Analysis By Data Mining. *Article in Journal of Namibian Studies History Politics Culture*. <https://doi.org/10.33182/rr.v8i4.89>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2016). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*.
- Hairiyah, N., Kiptiah, M., & Fituwana, B. K. (2021). Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Peningkatan Kinerja Industri Amplang Berdasarkan

- Kepuasan Pelanggan. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15(4), 1099–1113.
<https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i4.10744>
- Harefa, N. H., Sihombing, M., & Harahap, K. (2022). Analisis Strategi Bersaing Hotel Soliga Dalam Menghadapi Persaingan Industri Perhotelan Di Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(2), 1–12.
- Kalnaovakul, K., & Promsivapallop, P. (2023). Hotel service quality dimensions and attributes: An analysis of online hotel customer reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 23(3), 420–440.
<https://doi.org/10.1177/14673584221145819>
- Martorell Cunill, O., Otero, L., Durán Santomil, P., & Gil Lafuente, J. (2024). Analysis of the effect of growth strategies and hotel attributes on performance. *Management Decision*, 62(7), 2233–2264.
<https://doi.org/10.1108/MD-06-2023-0974>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. Albina, Ed.). Harfa Creative.
- Pratiwi, A. I., Praptono, B., Yunita, U., Studi, P., & Industri, T. (2019, August). *Pengembangan Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pada Seaside Beach Resto & Lounge Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*.
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sari, Y. L. (2021). Analisis Kualitas Sistem Knowledge Management Metode Quality Function Deployment (Studi kasus: PT.Pupuk Sriwidjaja Palembang). *MATICS*, 12(2), 104–110.
<https://doi.org/10.18860/mat.v12i2.9567>
- Schroeder, R., & Goldstein, S. M. (2018). *Operations Management in the Supply Chain, Decisions and Cases, Seventh Edition* (Seventh Edition). McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Traveloka. (2024). *favehotel Braga*. Traveloka.Com.
<https://www.traveloka.com/en-id/hotel/detail?spec=06-07-2024.07-07-2024.1.1.HOTEL.400621.favehotel%20Braga%20Bandung.1&contexts=%7B%7D&loginPromo=1&prevSearchId=1803733528481912706>
- Zhang, Y., Zhang, Y., Gong, C., Dinçer, H., & Yüksel, S. (2022). An integrated hesitant 2-tuple Pythagorean fuzzy analysis of QFD-based innovation cost and duration for renewable energy projects. *Energy*, 248, 123561.
<https://doi.org/10.1016/j.energy.2022.123561>