

**PENERAPAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK MENGETAHUI TINGKAT KEPUASAN ATRIBUT PRODUK MINUMAN HERBAL “AKAR TANJUNG” (STUDI KASUS PADA UPT. MAKARTI POMOSDA TANJUNGANOM, NGANJUK)**

**Nurul Aini<sup>1</sup>, Nur Muflihah<sup>2</sup>, Agustin Sukarsono<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA Nganjuk

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, UNHAS Y Jombang

e-mail: [nurrani1609@gmail.com](mailto:nurrani1609@gmail.com), [nmufie@gmail.com](mailto:nmufie@gmail.com), [agustystt@gmail.com](mailto:agustystt@gmail.com)

**ABSTRAK**

Jamu adalah jenis minuman herbal tradisional yang sudah digunakan oleh masyarakat Indonesia dari jaman dahulu kala sampai sekarang, bahkan konsumsi jamu kian meningkat. Meningkatnya popularitas dan tingkat konsumsi masyarakat terhadap jamu membuat para pelaku usaha memanfaatkan kondisi ini untuk membuat suatu usaha dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, tidak lain UPT MAKARTI di Tanjunganom Nganjuk yang berupaya unggul dalam persaingan di pasar dan dalam hal pemenuhan kepuasan konsumen. Dengan metode *Quality Function Deployment* diketahui terdapat 18 atribut produk yang berpengaruh terhadap kepuasan yaitu rasa, aroma, warna, berat, keamanan komposisi, tingkat harga, ketahanan produk, informasi nilai gizi, logo merek, informasi komposisi, ijin dinkes, label halal, cara penyajian, label produksi dan kadaluarsa, desain kemasan, bentuk kemasan, dan ukuran (volume) kemasan. Dengan menggunakan metode QFD disimpulkan bahwa untuk mengetahui tingkat kepuasan atribut produk minuman herbal Akar Tanjung dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 68 responden untuk memperoleh data mengenai kepuasan dan kepentingan yang kemudian diolah untuk mencari nilai *improvement ratio*, *sales point*, *raw weight*, *normalized raw weight*, dan *absolute and relative importance*. Nilai tersebut digunakan untuk membuat matriks HOQ sehingga diperoleh hasil bahwa produk tersebut memiliki keunggulan pada atribut aroma, ketahanan produk, dan informasi nilai dengan penilaian konsumen yang tinggi dibandingkan dengan atribut lainnya pada kuisioner kepuasan produk tersebut yaitu 3,43, 3,41, dan 3,40. Data hasil perhitungan kepentingan teknis menunjukkan, prioritas teknis untuk mencapai atribut kepentingan konsumen adalah desain label karena memiliki nilai kepentingan teknis terbesar (279,9). Nilai tersebut menunjukkan bahwa karakteristik tersebut memiliki kompleksitas dan berpengaruh lebih besar terhadap atribut produk.

*Kata kunci: produk, kepuasan, atribut, metode QFD*

**PENDAHULUAN**

Jamu adalah jenis minuman herbal tradisional yang sudah digunakan oleh masyarakat Indonesia dari jaman dahulu kala sampai sekarang. Tidak hanya sebagai minuman herbal saja namun jamu juga digunakan sebagai pengobatan tradisional dan pemeliharaan kesehatan. Menurut Andriati (2016) bahwa penggunaan jamu oleh masyarakat Indonesia lebih dari 50%. Tidak hanya populer di Indonesia, jamu telah berkembang secara luas di banyak negara dan semakin populer.

Andriati (2016) 49,53% penduduk Indonesia menggunakan jamu baik untuk menjaga kesehatan maupun untuk pengobatan karena sakit. Penduduk Indonesia yang mengkonsumsi jamu sebanyak 95,6% menyatakan merasakan manfaat minum jamu. Andriati (2016) bahwa dari masyarakat yang mengkonsumsi jamu, 55,3% mengkonsumsi jamu dalam bentuk cairan (infusum/decoct), sementara sisanya (44,7%) mengkonsumsi jamu dalam bentuk serbuk, rajangan, dan pil/kapsul/tablet. Tidak hanya itu 30,4% rumah tangga di Indonesia memanfaatkan pelayanan kesehatan tradisional, diantaranya 77,8% rumah tangga

memanfaatkan jenis pelayanan kesehatan tradisional keterampilan tanpa alat, dan 49,0% rumah tangga memanfaatkan ramuan.

Dari data penjualan pada tahun 2018 diketahui bahwa permintaan akan produk Akar Tanjung mengalami kenaikan dan penurunan pada periode tertentu, bahkan penjualan terendah hanya menyentuh angka 60 pcs dalam satu bulannya yakni terjadi pada bulan November. Oleh karena itu UPT. MAKARTI perlu untuk melakukan tindakan sebagai respon teknis atas terjadinya masalah tersebut dengan melakukan pengukuran sejauh mana tingkat kepuasan konsumen produk minuman herbal Akar Tanjung sehingga dapat diketahui atribut-atribut produk apa saja yang perlu ditambahkan ataupun dikurangi dalam produk tersebut agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini juga berkaitan dengan kemungkinan adanya inovasi untuk menghasilkan produk minuman herbal yang mempunyai nilai tinggi dimata konsumen. Metode yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut adalah QFD karena metode tersebut merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen dan kesesuaian dengan perusahaan.

Dari identifikasi masalah yang dijabarkan dalam latar belakang ini maka penelitian mengambil judul "Penerapan Quality Function Deployment (Qfd) untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Atribut Produk Minuman Herbal "Akar Tanjung" (Studi Kasus Pada UPT. MAKARTI POMOSDA Tanjunganom, Nganjuk)".

## TINJAUAN PUSTAKA

Gitosudarmo (dalam Rasyid, 2019) bahwa produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Produk dikatakan unggul dan baik apabila dari segi kualitas, bentuk, ukuran, rasa, dan desain dapat menarik konsumen kemudian membeli produk tersebut, tidak hanya itu konsumen dapat merasa puas terhadap produk yang dibeli jika barang sesuai dengan keinginan konsumen.

Suatu produk dikatakan berhasil dan baik apabila memiliki atribut-atribut yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Amri, dkk (2017) atribut produk merupakan suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen. Tjiptono (dalam Rasyid, 2019) Atribut produk adalah unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan, pelayanan, dan sebagainya.

### a. Merek

Merek mencerminkan makna produk dari perusahaan tersebut.

### b. Kemasan

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan pembungkus untuk suatu produk.

### c. Pemberian Label

*Labeling* berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Dengan demikian, ada hubungan erat antara *labeling*, *packaging*, dan *branding*.

### d. Layanan Pelengkap (*Supplementary Services*)

Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti maupun pelengkap. Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe lainnya, tetapi layanan perlengkapannya memiliki kesamaan.

### e. Jaminan

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Jaminan bisa meliputi kualitas produk,

reparasi, dan ganti rugi, dan seringkali dimanfaatkan sebagai aspek promosi, terutama pada produk-produk tahan lama.

Menurut Kotler (dalam Handoko, 2017) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Untuk mencapai sebuah kepuasan, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Candra (dalam Fakhruddin dan Fiernaningsih, 2019) adalah: produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, dan suasana.

Wijaya (dalam Hati, dkk 2018) *Quality Function Deployment (QFD)* merupakan pendekatan sistematik yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menterjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. QFD juga digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi dan memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapainya efektifitas maksimum. QFD juga merupakan praktik menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk melampaui harapan pelanggan.

Harmanto dan Wiratmani (2019) tahapan implementasi metode *Quality Function Deployment (QFD)* secara umum terdapat tiga fase yaitu :

a. Fase pengumpulan suara konsumen (*Voice of Customer*)

*Voice of the customer* berisi informasi kebutuhan, harapan, kepentingan dan manfaat serta kepuasan yang akan diperoleh pelanggan dalam mengkonsumsi sebuah produk atau jasa. Melalui *voice of customer* produsen akan mampu mengidentifikasi apakah produk atau jasa yang diproduksi telah sesuai dengan persyaratan yang diinginkan oleh pelanggan.

b. Fase penyusunan rumah kualitas (*House Of Quality*).

Matrik *House Of Quality (HOQ)* terdiri dari dua bagian utama. Bagian horisontal pada matrik ini berisi tentang informasi yang berhubungan dengan konsumen dan ini disebut dengan *customer table*. Bagian vertikal pada matrik berisi tentang informasi teknis sebagai respon dari input konsumen, dan disebut dengan *technical table*. *Customer information* tentang konsumen untuk memberikan informasi dalam pembentukan metode QFD, sedangkan teknik *information* adalah responden yang dibutuhkan dari konsumen yang bermanfaat bagi distributor. Matriks *House of Quality* atau rumah kualitas sebagai alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD. Hasil akhir dalam penerapan metode QFD adalah matriks *House of Quality*.

c. Fase analisa dan interpretasi.

Merupakan fase analisa dari tahap demi tahap QFD.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Toha (2017) penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan penelitian yang datanya diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada responden untuk dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai kepuasan konsumen terhadap produk jamu Akar Tanjung UPT. MAKARTI POMOSDA.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen produk Akar Tanjung yang meliputi data tingkat kepentingan pelanggan dan data tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut produk. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dengan maksud untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari *literature*, studi pustaka dan media *online*, sebagai informasi pendukung penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Memasukkan Data Kebutuhan Pelanggan

Atribut kebutuhan pelanggan dimasukkan pada bagian kolom *customer requirements* dalam matriks *House Of Quality* (HOQ).

Variabel	Indikator
<b>Performance</b>	Rasa
	Aroma
<b>Durability</b>	Warna
<b>Perceived Quality</b>	Berat
	Keamanan komposisi
	Tingkat harga
	Ketahanan produk
	Informasi nilai gizi
	Logo merek
	Informasi komposisi
<b>Aesthetic</b>	Ijin DinKes
	Label halal
	Cara penyajian
<b>Conformance</b>	Label produksi & kadaluarsa
	Desain kemasan
	Bentuk kemasan
	Ukuran/volume kemasan

Sumber: Data diolah tahun 2020 Memasukkan Nilai Hasil Survei

Nilai kepuasan produk minuman herbal Akar Tanjung dan nilai kepentingan dari hasil survei yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuisioer kepada konsumen dimasukkan pada kolom *planning matrix*.

### Penentuan *Technical Relations*

Penentuan *technical relations* dilakukan dengan menganalisis faktor-faktor teknis yang berpengaruh terhadap kinerja produk Akar Tanjung.

No	Kategori Proses	Aktivitas Proses
1	Bahan baku	Bahan baku Penanganan bahan baku
2	Produksi	Penghalusan bahan baku Pencampuran bahan baku Pemerasan bahan baku Lama pengendapan Suhu pemasakan Lama pengadukan Penambahan gula Penambahan serbuk kelor Penghalusan / penggilingan
3	Pengemasan	Jenis kemasan Desain kemasan Desain label
4	Penyimpanan	Suhu penyimpanan
5	Distribusi	Distribusi pemasaran

Sumber: Data diolah tahun 2020

#### Perhitungan *Improvement Ratio*

Hadi (2017) *Improvement Ratio* adalah nilai hasil perbandingan antara target produk untuk masa yang akan datang dengan kondisi saat ini, atau dalam hal ini yaitu kepuasan konsumen. Manfaat dari rasio perbaikan ini adalah memberikan informasi kepada pihak manajemen UPT. MAKARTI tentang tingkat kesulitan dalam memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen serta target perusahaan.

Berdasarkan skala shilito, maks untuk menentukan interval kelas dapat dicari mediannya:

1. Untuk 1,00 dan 1,20 mediannya 1,10
2. Untuk 1,20 dan 1,50 mediannya 1,35

Sehingga interval kelas ditentukan sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,10 untuk perbaikan mudah
2. 1,11 – 1,35 untuk perbaikan sedang
3. > 1,36 untuk perbaikan sulit

Rasio perbaikan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IR = \frac{\text{Target yang diinginkan}}{\text{Kepuasan Konsumen saat ini}}$$

No	Karakteristik	Kondisi Saat Ini	Target	IR	Tingkat Perubahan
1	Rasa	3,28	4,0	1,22	Sedang
2	Aroma	3,43	4,0	1,17	Sedang
3	Warna	3,18	4,0	1,26	Sedang
4	Berat	3,24	4,0	1,24	Sedang
5	Keamanan komposisi	3,37	4,0	1,19	Sedang
6	Tingkat harga	3,18	4,0	1,26	Sedang
7	Ketahanan produk	3,41	4,0	1,17	Sedang
8	Informasi nilai gizi	3,40	4,0	1,18	Sedang
9	Logo merek	3,10	4,0	1,29	Sedang
10	Informasi komposisi	3,34	4,0	1,20	Sedang

11	Ijin DinKes	3,25	4,0	1,23	Sedang
12	Label halal	3,09	4,0	1,30	Sedang
13	Cara penyajian	3,22	4,0	1,24	Sedang
14	Label produksi & kadaluarsa	3,32	4,0	1,20	Sedang
15	Desain kemasan	3,18	4,0	1,26	Sedang
16	Bentuk kemasan	3,09	4,0	1,30	Sedang
17	Ukuran/volume kemasan	3,24	4,0	1,24	Sedang

Sumber: Data diolah dengan Ms.Excel 2010

#### Penentuan Sales Point

Hadi (2017) Sales point adalah titik kontribusi suatu kebutuhan konsumen terhadap daya jual produk. Penentuan panjang kelas (p) dan nilai tingkat kepentingan diklasifikasikan menjadi tiga kelas seperti berikut:

Interval Kelas	Point	Arti
3,11 – 3,28	1	Tidak ada pengaruh
3,29 – 3,46	1,2	Berpengaruh
3,47 – 3,64	1,5	Pengaruh kuat

Sumber: Data diolah dengan Ms.Excel 2010

No	Karakteristik	Tingkat Kepentingan	Sales Point
1	Rasa	3,65	1,5
2	Aroma	3,43	1,2
3	Warna	3,31	1,2
4	Berat	3,34	1,2
5	Keamanan komposisi	3,59	1,5
6	Tingkat harga	3,49	1,5
7	Ketahanan produk	3,50	1,5
8	Informasi nilai gizi	3,38	1,2
9	Logo merek	3,26	1
10	Informasi komposisi	3,28	1
11	Ijin DinKes	3,53	1,5
12	Label halal	3,44	1,2
13	Cara penyajian	3,31	1,2
14	Label produksi & kadaluarsa	3,57	1,5
15	Desain kemasan	3,12	1
16	Bentuk kemasan	3,21	1
17	Ukuran/volume kemasan	3,25	1

Sumber: Data diolah dengan Ms.Excel 2010

#### Perhitungan Raw Weight

Jika nilai *raw weight* semakin tinggi maka atribut tersebut mendapatkan prioritas lebih utama. Penentuan nilai *raw weight* diperoleh dari perkalian antara tingkat kepentingan, *improvement ratio*, dan *sales point* sehingga diperoleh persamaan seperti berikut:

Raw Weight = Importance Rating x Improvement Ratio x Sales Point

No	Karakteristik	Tingkat Kepentingan	IR	Sales Point	Raw Weight
1	Rasa	3,65	1,22	1,5	6,67
2	Aroma	3,43	1,17	1,2	4,80
3	Warna	3,31	1,26	1,2	5,00
4	Berat	3,34	1,24	1,2	4,95
5	Keamanan komposisi	3,59	1,19	1,5	6,39
6	Tingkat harga	3,49	1,26	1,5	6,58
7	Ketahanan produk	3,50	1,17	1,5	6,16
8	Informasi nilai gizi	3,38	1,18	1,2	4,78
9	Logo merek	3,26	1,29	1	4,21
10	Informasi komposisi	3,28	1,20	1	3,93
11	Ijin DinKes	3,53	1,23	1,5	6,52
12	Label halal	3,44	1,30	1,2	5,35
13	Cara penyajian	3,31	1,24	1,2	4,93
14	Label produksi& kadaluarsa	3,57	1,20	1,5	6,45
15	Desain kemasan	3,12	1,26	1	3,93
16	Bentuk kemasan	3,21	1,30	1	4,15
17	Ukuran/volume kemasan	3,25	1,24	1	4,02
<b>Total</b>					<b>88,82</b>

Sumber: Data diolah dengan Ms.Excel 2010

#### Perhitungan *Normalized Raw Weight*

*Normalized raw weight* menunjukkan persentase dari masing-masing tribut produk. Untuk mencarinya dengan menggunakan rumus:

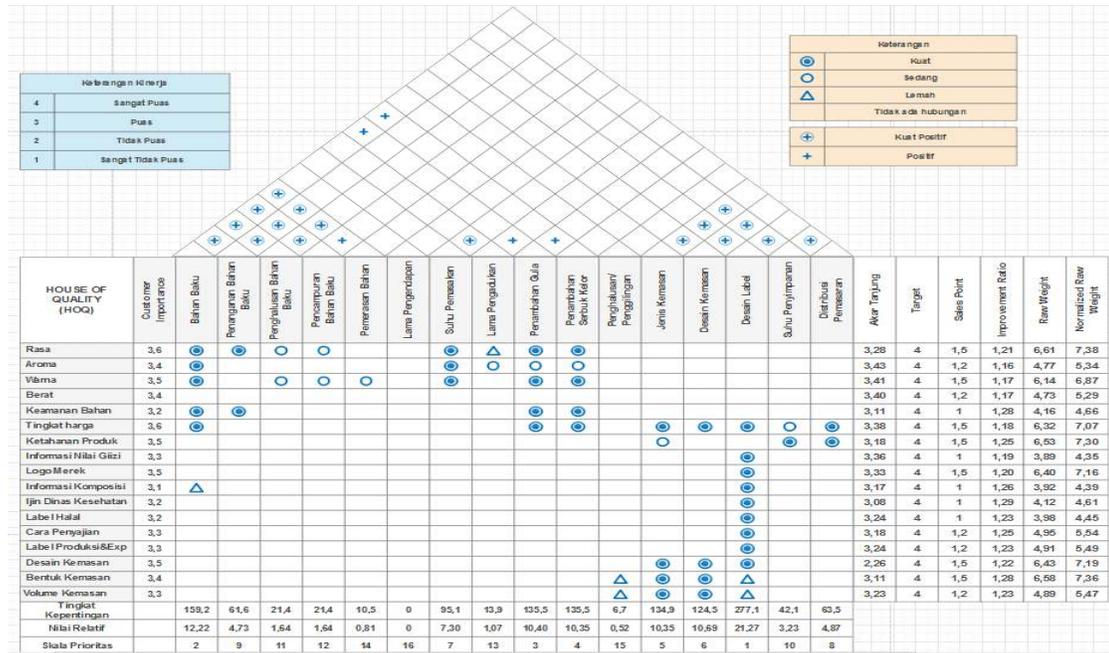
$$\text{normalized raw weight} = \frac{\text{raw weight}}{\text{total raw weight}} \times 100\%$$

No	Karakteristik	Raw Weight	Normalized R.W (%)
1	Rasa	6,67	7,51
2	Aroma	4,80	5,40
3	Warna	5,00	5,63
4	Berat	4,95	5,58
5	Keamanan komposisi	6,39	7,20
6	Tingkat harga	6,58	7,41
7	Ketahanan produk	6,16	6,93
8	Informasi nilai gizi	4,78	5,38
9	Logo merek	4,21	4,74
10	Informasi komposisi	3,93	4,42
11	Ijin DinKes	6,52	7,34
12	Label halal	5,35	6,02
13	Cara penyajian	4,93	5,55
14	Label produksi dan kadaluarsa	6,45	7,26
15	Desain kemasan	3,93	4,42
16	Bentuk kemasan	4,15	4,68
17	Ukuran/volume kemasan	4,02	4,52
<b>Total</b>		<b>88,82</b>	<b>100</b>

Sumber: Data diolah dengan Ms.Excel 2016

Perhitungan *Absolute Importance* dan *Relative Importance*

Nilai *absolute importance* yang tinggi menunjukkan bahwa *technical requirement* tersebut mempunyai pengaruh yang besar terhadap atribut-atribut produk.



Dari matriks diatas diketahui bahwa atribut produk yang telah memuaskan konsumen adalah atribut aroma, ketahanan produk, dan informasi nilai gizi, dengan masing-masing penilaian kepuasan konsumen berada pada angka 3,43, 3,41, dan 4,40. Namun terdapat atribut yang dipentingkan oleh konsumen sesuai pada data tingkat kepentingan produk adalah atribut aroma (3,43), rasa (3,65), keamanan bahan baku (3,59), tingkat harga (3,49), ketahanan produk (3,50), ijin dinas kesehatan (3,53), label halal (3,44), dan label produksi dan kadaluarsa (3,57). Sehingga diketahui bahwa produk minuman herbal Akar Tanjung baru bisa memenuhi beberapa atribut saja yang dirasa penting oleh konsumen yaitu aroma dan ketahanan produk. Maka dari itu untuk mencapai keinginan dan pemenuhan kebutuhan konsumen, terdapat aktivitas teknis (*technical relation*) yang perlu mendapatkan prioritas utama, yaitu: bahan baku (160,5), desain label (279,9), penambahan gula (136,7), penambahan serbuk kelor (136,2), jenis kemasan (128,1), dan desain kemasan (117,6). Atribut teknis tersebut memiliki nilai tingkat kepentingan yang lebih besar daripada atribut yang lainnya karena akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hasil tersebut dapat digunakan untuk mencapai tingkat kepuasan atribut yang diharapkan oleh konsumen.

Jika dilihat dan dianalisis pada bagian atap atau *roof* matriks yang menggambarkan hubungan atau korelasi antar aktivitas teknis bahwa bahan baku mempunyai korelasi yang cukup banyak dan kompleks dengan aktivitas teknis yang lain, seperti penanganan bahan baku, penghalusan bahan baku, pencampuran bahan baku, pemerasan bahan, lama pengendapan, penambahan gula, penambahan serbuk kelor desain label, dan suhu penyimpanan. Maka dari itu, aktivitas teknis bahan baku perlu mendapatkan prioritas karena mempunyai hubungan yang kompleks dengan aktivitas teknis lainnya.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil hasil penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penerapan metode *quality function deployment* untuk mengetahui tingkat kepuasan atribut produk

minuman herbal Akar Tanjung diawali dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada 68 konsumen sebagai responden untuk memperoleh data mengenai kepuasan dan kepentingan. Data yang diperoleh kemudian diolah untuk mencari nilai *improvement ratio*, *sales point*, *raw weight*, *normalized raw weight*, dan *absolute and relative importance*. Nilai dari perhitungan tersebut digunakan untuk membuat matriks *house of quality* untuk mencari keterhubungan antara *customer importance* dengan *technical relation* sehingga dapat diketahui prioritas dari kepentingan teknis produk tersebut. Sehingga diperoleh hasil bahwasanya produk minuman herbal Akar Tanjung memiliki keunggulan pada atribut aroma, ketahanan produk, dan informasi nilai gizi. Hal ini ditunjukkan dengan penilaian konsumen yang tinggi dibandingkan dengan atribut lainnya pada kuisioner kepuasan produk tersebut yaitu 3,43, 3,41, dan 3,40. Data hasil perhitungan kepentingan teknis menunjukkan, prioritas teknis yang perlu didahulukan untuk mencapai atribut kepentingan konsumen yang memiliki nilai kepentingan terbesar adalah desain label karena memiliki nilai kepentingan teknis terbesar (279,9). Nilai tersebut menunjukkan bahwa karakteristik tersebut memiliki kompleksitas dan berpengaruh lebih besar terhadap atribut produk minuman herbal Akar Tanjung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Suharta, Tahir dan Mirza. 2017. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pemakaian Produk Gypsum dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Industrial Engineering Journal Vol.6 No.2 (2017) 31-38 ISSN 2302 934X.
- Andriati dan Wahjudi, Teguh. 2016. *Tingkat Penerimaan Penggunaan Jamu sebagai Alternatif Penggunaan Obat Modern pada Masyarakat Ekonomi Rendah-Menengah dan Atas*. Surabaya: Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga
- Fakhrudin, Muhammad Faris dan Fiernaningsih, Nilawati. 2019. *Pengaruh Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Amstirdam Coffee Dan Roastery kota Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis - Volume: Nomor 5 E-ISSN: 2407, Juni 2019 ISSN :2407-3741
- Hadi, Ifan Surya. 2017. *Penerapan Quality Function Deployment Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk Kain Batik Tulis Pada Sanggar Batik Seblang Banyuwangi*. Jember: Universitas Jember
- Handoko, Bagus. 2017. *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol. 18 No. 1, 2017, 61-72 ISSN: 2580-4170 (online)
- Hati, Shinta Wahyu dan Okta, Ira Listiani Riswana. 2018. *Analisis Kualitas Produk Kaos dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) pada CV. Customindo Kreasi Mandiri Batam*. Jurnal Inovasi dan Bisnis 6 (2018) 80-92.
- Hermanto dan Wiratmani, Elfitria. 2019. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Go-Ride Dengan Metode Kano Dan Quality Function Deployment Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pt Go-Jek Indonesia)*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri (2019) Vol. 7 No. 2, 140 – 148
- Rasyid, Ahmad Karimur. 2019. *Atribut produk instrinsik dan ekstrinsik yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk camilan khas kota malang*. Jurnal MANOVA Volume I Nomor 1 , ISSN : 2685-4716
- Toha, Muhammad. 2017. *Analisis Pelayanan Laboratorium Komputer Untuk Siswa SMP POMOSDA Menggunakan Metode ServQual (Service Of Quality)*. Nganjuk: Sekolah Tinggi Teknologi POMOSDA