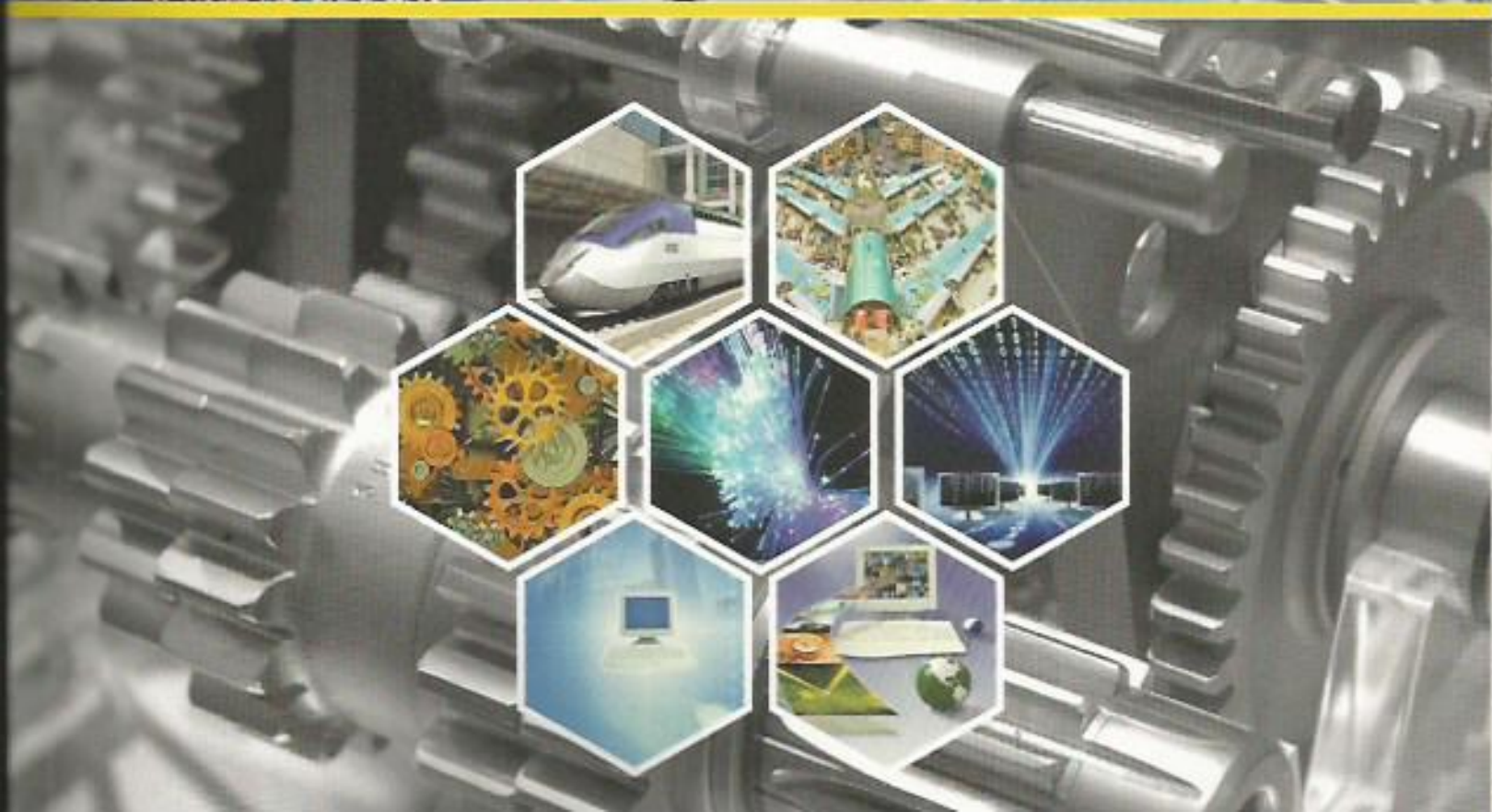


ISSN : 2087-5118

**InJE**

# INDONESIA JOURNAL OF INDUSTRIAL ENGINEERING

Volume 03 | No. 02 | Oktober 2013



**DAFTAR ISI**

<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DEWAN PENGURUS</b> .....	ii
<b>KELANJUTAN APLIKASI NIOSH <i>LIFTING EQUATION</i> PADA SIMULASI MANUAL <i>LIFTING MULTI-TASK</i> AIR MINUM KEMASAN GALON AGEN "AA" <i>Aloysius Sujarwadi</i> .....</b>	<b>1</b>
<b>PERANCANGAN TATA LETAK PABRIK DENGAN MENGGUNAKAN <i>VIRTUAL CELLULAR MANUFACTURING SYSTEM</i> (STUDI KASUS PT. X) <i>Bernard Muljadi, Anas Ma'ruf</i> .....</b>	<b>14</b>
<b><i>SPLIT PLOT DESIGN</i> : DESAIN EKSPERIMEN UNTUK MENGATASI KETERBATASAN RANDOMISASI (STUDI KASUS DI SEBUAH PERUSAHAAN LOGAM) <i>Debora Anne Yang Aysia</i> .....</b>	<b>27</b>
<b>PERANCANGAN MODEL SIMULASI MENGGUNAKAN 6 KARAKTERISTIK <i>RECONFIGURABLE MANUFACTURING SYSTEM</i> BERBASIS SISTEM SIMULASI OBJEK <i>Inaki Maulida Hakim, Ilham Winoto</i> .....</b>	<b>35</b>
<b>INTEGRASI KANSEI <i>ENGINEERING</i> DAN <i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i> UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI INDUSTRI JASA RESTAURAN <i>Markus Hartono, Andrew Octavianus Winardi, Rosita Meitha Surjani</i> .....</b>	<b>49</b>
<b>PERANCANGAN SISTEM PEMERIKSAAN KONDISI KLEM SAMBUNGAN TRANSFORMATOR 150/20 KV UNTUK IMPLEMENTASI <i>CONDITION BASED MAINTENANCE</i> DI PT PLN (PERSERO) <i>Prasidhi Artono, Rachmawati Wangsaputra</i> .....</b>	<b>60</b>
<b><i>INTEGRASI STEEPEST ASCENT</i> UNTUK EKSPERIMEN TAGUCHI DALAM KASUS MULTIRESPON <i>Rahman Dwi Wahyudi</i> .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR NAMA REVIEWER / MITRA BESTARI</b> .....	<b>81</b>
<b>PEDOMAN PENULISAN</b> .....	<b>83</b>

## **Integrasi Kansei *Engineering* dan *Customer Relationship Management* untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Industri Jasa Restoran**

Markus Hartono, Andrew Octavianus Winardi, Rosita Meitha Surjani  
Jurusan Teknik Industri, Universitas Surabaya  
Raya Kalirungkut, Surabaya 60293, Indonesia  
E-mail: [markus@staff.ubaya.ac.id](mailto:markus@staff.ubaya.ac.id)

### **ABSTRAK**

Ramainya persaingan bisnis kuliner di Surabaya menjadi salah satu alasan perusahaan untuk lebih mementingkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Kansei Engineering (KE) merupakan metode untuk menerjemahkan kebutuhan afektif konsumen ke dalam desain produk atau proses, mengingat kebutuhan kognitif tidaklah cukup dan tidak lagi menjadi kebutuhan utama. Diharapkan dengan diintegrasikannya metode KE ke dalam Customer Relationship Management (CRM), dapat menerjemahkan kebutuhan konsumen yang sesungguhnya sehingga dapat menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian dilakukan pada 3 restoran tematik di Surabaya yaitu De kasteel, Khayangan, dan Platinum Grill, diambil sebanyak 102 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis loyalitas terbanyak adalah softcore, sedangkan perasaan yang paling dominan yang dirasakan oleh konsumen adalah perasaan nyaman. Namun hasil dari analisis SEM menunjukkan bahwa proses afektif atau kansei words tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan dan kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Usulan perbaikan diberikan berdasarkan atribut layanan yang terletak di kuadran 4 pada analisis kuadran dan berdasarkan atribut layanan yang memiliki bobot regresi terbesar dari analisis SEM pada masing-masing dimensi SERVQUAL.

**Kata kunci:** Kansei Engineering, Customer Relationship Management, loyalitas konsumen, kualitas layanan, SERVQUAL

### **ABSTRACT**

*The intense competition among culinary business in Surabaya drives restaurants to be more concerned to customer satisfaction and loyalty. Kansei Engineering (KE) is a method that translates the affective needs of the customers to the product or service design, since the cognitive needs alone is not sufficient and no longer being a primary needs. It is hoped that the proposed integrative framework of KE and Customer Relationship Management (CRM) to a certain service industry could translate the objective customer needs into a product or service so that the company can maintain customer satisfaction and loyalty. This study was conducted at three popular thematic restaurants in Surabaya, which are De Kasteel, Khayangan and Platinum Grill. One hundred and two respondents were involved in the study. The result shows that "softcore customer" was found to be the most chosen option for loyalty type; while the most dominated Kansei perceived by was "comfort". In terms of the analysis of constructs relationship, the Structural Equation Modeling (SEM) analysis shows that the affective process or Kansei had no significant impact on customer loyalty. Unlike affective process, service quality had significant positive correlation with customer loyalty. The proposed improvement was formulated according to quadrant analysis especially for those service attributes located at the forth quadrant and the highest regression weight of SERVQUAL dimensions.*

**Key Words:** *Kansei Engineering, Customer Relationship Management, customer loyalty, service quality, SERVQUAL*