

4.4 HOUSE OF QUALITY

HOW's WHAT's	Menjamin kualitas produk sepatu sesuai dengan standart	Melakukan pemeriksaan sebelum produk dikemas	Memberikan rodruk yang berkualitas	Merancang desain baru dengan mengikuti trend saat ini	Menyebarkan produk secara merata di toko kecil maupun toko besar	Melakukan penyesuain harga sesuai pasaran	Memperbaiki strategi pemasaran	Memberikan pelatihan dan sharing terhadap karyawan yang berhubungan dengan pemasaran	Importance to Customer	Customer Statisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Seles Point	Raw Weight	Normalized Raw Weight
Sepatu ini sudah memenuhi standart keinginan konsumen	○								4,5	3,66	4,5	1,22	1	5,49	0,038
Produk ini mampu bersaing dengan sepatu lain			▲	○					4,51	3,7	4,51	1,21	1,2	6,54	0,046
Perlu adanya tambahan variasi/desain baru		○							4,63	3,65	4,63	1,22	1,5	8,47	0,059
Informasi tentang produk cukup jelas		○							4,46	3,76	4,46	1,18	1,5	7,89	0,055
Produk mudah diperoleh					○				4,6	3,98	4,6	1,15	1,2	6,34	0,044
Stok selalu sedia di toko					○				4,55	3,7	4,55	1,22	1,5	8,32	0,058
Harga terjangkau						●			4,46	3,78	4,46	1,22	1,5	8,16	0,057
Harga sesuai kualitas						○			4,43	4,05	4,43	1,10	1,2	8,65	0,061
Harga bisa bersaing dengan produk lain						○			4,61	3,93	4,36	1,10	1	4,79	0,033
Bahan ramah lingkungan			○						4,51	3,95	4,51	1,14	1,2	6,16	0,043
Tersedia dalam beberapa ukuran				○					4,45	3,85	4,45	1,15	1,5	7,67	0,054
Produk dikemas secara rapi			○						4,58	3,61	4,58	1,26	1,5	5,84	0,041
Desain kemasan menarik				●					4,36	3,65	4,61	1,26	1,2	6,97	0,049
Strategi penjualan menarik							○	○	4,38	3,7	4,38	1,18	1,5	7,75	0,054
Adanya tenaga penjualan							○	●	4,36	3,66	4,36	1,19	1	5,18	0,036
Fasilitas penjualan yang baik							○	○	4,56	3,61	4,56	1,26	1,2	6,89	0,048
PRIORITAS	0,342	2,457	1,305	0,917	1,917	1,053	1,135	0,903							
TARGETS	8	1	2	6	5	3	4	7							