Perumusan Strategi Pemasaran Jasa Efektif Dengan Integrasi Metode PDSQ (*Physical Distribution Service Quality*) dan TRIZ (Studi Kasus : UD. XYZ)

Moh. Ainul Fais[1], Indung Sudarso[2]
[1,2]Magister Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri
Institut Teknik Adhi Tama Surabaya
moh.ainulfais29@gmail.com[1]

ABSTRACT

The development of micro medium enterprises (MSMEs) is fairly rapidly growing in the midst of modernization, proven msmes are able to survive in the midst of COVID-19., The latest data of MSMEs is able to contribute economic growth up to 61.07 percent of GDP, the government contributes to support the development of Indonesian MSMEs, by disbursing Rp162.40 trillion to support MSMEs to be able to surviveMSMEs home business souvenir UD. XYZ is one of the new MSMEs that have decreased orders due to the lack of service standards for UD. XYZ gained customer empathy and loyalty due to the many complaints about ud's service quality performance. XYZ, So that researchers are interested in researching the quality of UD services. XYZ uses PDSQ as a determinant of attributes that are a priority for improvement, then improved using TRIZ. And obtained the attributes of X1, X2, X4, X5, X8, and X10 as a priority improvement using TRIZ. processing products using TRIZ, And obtained the attributes of X1, X2, X4, X5, X8, and X10 as a priority improvement using TRIZ., And here is an evaluation of the results of the processing of TRIZ #15, #13, #5, and #10.

Keywords : *Service quality, PDSQ, TRIZ.*

ABSTRAK

Perkembangan usaha mikro menengah (UMKM) terbilang sangat berkembang pesat diera modernisasi, terbukti UMKM mampu tetap *survive* di tengah COVID-19, data terbaru UMKM mampu menyumbang pertumbuhan ekonomi hingga 61,07 persen PDB, pemerintah ikut andil mendukung perkembangan UMKM Indonesia, dengan mengucurkan dana sebesar Rp162,40 triliun untuk mensuport UMKM supaya mampu bertahan. UMKM bisnis rumahan souvenir UD. XYZ merupakan salah satu UMKM baru yang mengalami penurunan pesanan dikarenakan belum adanya standar pelayanan untuk UD. XYZ mendapatkan empati dan loyalitas konsumen dikarenakan banyaknya komplain mengenai kinerja kualitas pelayanan UD. XYZ, Sehingga peneliti tertarik meneliti kualitas pelayanan UD. XYZ menggunakan PDSQ sebagai penentu atribut yang menjadi prioritas perbaikan, selanjutnya diperbaiki menggunakan TRIZ. Dan didapatkan hasil atribut X1, X2, X4, X5, X8, dan X10 sebagai prioritas perbaikan menggunakan TRIZ, dan berikut adalah evaluasi hasil dari pengolahan TRIZ *#15*, *#13*, *#5*, dan *#10*.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, PDSQ, TRIZ.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi Indonesia, UMKM Indonesia mampu *Survive* ditengah badai pandemi *COVID 19* terbukti dengan data terbaru menunjukkan UMKM mampu menyumbang pertumbuhan ekonomi hingga 61,07 persen PDB [1], pemerintah juga turut andil dalam mendukung perkembangan UMKM Indonesia, dengan mengucurkan dana sebesar Rp162,40 triliun untuk mensuport UMKM supaya mampu bertahan dan *survive*. Pada artikel yang diterbitkan *hanif nasrullah* pada jatim.antaranews.co memuat pernyataan yang disampaikan gubernur Jawa Timur Ibu Khoffifah menyebut "Jawa Timur *Fair Hybrid* 2021 sebagai titik balik dari kebangkitan UMKM Jawa Timur terbukti Jawa Timur sendiri telah menyumbang sebanyak 9,7 juta pelaku UMKM dari seluruh sektor UMKM [2]. Gus Yani bupati baru Gresik juga tidak mau kalah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM dengan membuka kembali pudak *gallery* setelah mati suri dikarenakan pandemi, melalui laman resmi radargresik.jawapos.com menulis pesan yang disampaikan bupati Gresik Gus Yani yang didampingi wakil bupati Gresik Ibu Aminatun Habibbah menyampaikan pudak *gallery* akan menampung 180 UMKM dan 500 produk mulai dari fashion, craft, kuliner serta berbagai produk unggulan lainnya, tindakan ini dilakukan oleh bupati Gresik karena kota Gresik memiliki 7331 pelaku UMKM yang telah terdaftar di Badan Statistika Gresik [3].

Berbicara mengenai UMKM bisnis rumahan souvenir UD. XYZ merupakan salah satu UMKM baru yang mengalami penurunan pesanan, disebabkan belum adanya standar pelayanan yang dijadikan sebagai patokan UD. XYZ untuk mendapatkan empati dan loyalitas konsumen, berakibat banyaknya komplain mengenai kualitas pelayanan yang diberikan UD. XYZ, oleh karena itu peneliti tertarik meneliti

kualitas pelayanan UD. XYZ menggunakan *physical distributuin service quality* (PDSQ) untuk menilai kinerja kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan yang di iningkan oleh konsumen [4], selanjutnya atribut yang menjadi prioritas perbaikan akan diperbaiki menggunakan TRIZ [5].

Kualitas pelayanan sendiri adalah kinerja dan persepsi yang diinginkan oleh calon konsumen [6]. Penelitian sebelumnya lebih sering menggunakan metode PDSQ dan TRIZ secara terpisah, PDSQ sering dikombinasikan dengan SQC seperti pada penelitian Muhammad Akbar [7], dan TRIZ sendiri sering dikombinasikan dengan Servqual yang salah satunya dibawakan oleh Fahriza dan Rahma [8].

Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk menganalisa tingkat kepuasan pelanggan, mengidentifikasi dan menentukan unsur-unsur pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan, dan membuat rumusan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di UD. XYZ.

TINJAUAN PUSTAKA

Ada beberapa definisi kualitas pelayanan menurut para ahli seperti menurut Lewis dan Booms kualitas pelayanan adalah penilaian dari konsumen untuk layanan yang diberikan mampu mencapai kepuasan konsumen [9], sedangkan menurut tjipto Kualitas pelayanan adalah kinerja dan persepsi yang diinginkan oleh calon konsumen [6].

Physical distribution service quality (PDSQ) adalah perpanjangan dari metode service quality (Servqual) yang telah dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry dan digunakan sebagai alat untuk menilai berbagai kualitas pelayanan jasa [10], tetapi PDSQ lebih difokuskan untuk mengukur pelayanan jasa yang mengikut sertakan keadaan barang fisik dalam proses pelayananya seperti perusahaan jasa eskpedisi dalam mendistribusikan barangnya, pada metode PDSQ kuisioner yang akan digunakan untuk alat penilai kualitas pelayanan yang diberikan memiliki tiga dimensi (*timeliness*, *Availability*, dan *Quality*), disinilah letak perbedaan antara PDSQ dan Servqual.

Metode TRIZ adalah singkatan dari Teoria Resheniya Isobretatelskehuh Zadach (bahasa Rusia), dikembangkan oleh Genrich Altsuller sebagai pondasi atau dasar dalam menentukan solusi dari permasalahan yang telah diteliti [11], atribut dari permasalahan akan diberikan dua parameter dari 39 Matrik kontradiksi yaitu improvement future untuk solusi yang di inginkan dan worsing future dampak yang diakibatkan dari improvement future, setelah itu hasil dari pemberian parameter akan menghasilkan solusi yang didapatkan dari 40 inventive princhiple matrix. Dan akan dipilih salah satu yang paling cocok dengan objek penelitian.

METODE

Metode dalam penelitian ini *Physical distribution service quality* (PDSQ) yang digunakan sebagai dasar penyusunan kuisioner berdasarakn dari tiga dimensi (*timeliness Availability*, dan *Quality*), setelah itu peneliti menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang pernah merasakan kualitas pelayanan dari UD. XYZ, dalam kuisioner sendiri terhadap 2 penilaian yaitu penilaian sesuai kinerja kualitas pelayanan dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Pada tahap selanjutnya setelah kuisioner ditabulasi dan didapatkan nilai rata-rata dari kinerja kualitas pelayanan dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, data rata-rata akan diolah menggunakan diagram kartesis, untuk melihat atribut yang menjadi prioritas perbaikan.

Setelah itu atribut yang ada pada kuadran 1 diagram kartesis akan dievaluasi menggunakan TRIZ sehingga mendapatkan solusi terbaik dari evaluasi dan inovasi kualitas pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Hasil analisa responden menunjukkan mayoritas konsumen UD. XYZ prosentase terbanyak berdasarkan pendidikan konsumen adalah lulusan SMA / sederajat mendapatkan nilai prosentase tertinggi yaitu 53,3% dan disusul lulusaan S1 / Sederajat dengan nilai prosentase 23,3%, sedangkan untuk prosentase terbanyak berdasarkan usia konsumen adalah usia 26-30 tahun mendapatkan nilai persentase tertinggi yaitu 43,3% dan disusul usia 40 ke atas dengan nilai prosentase 26,7%, dan untuk prosentase terbanyak

berdasarkan pekerjaan konsumen adalah profesi pegawai swasta mendapatkan nilai prosentase tertinggi yaitu 45% dan disusul profesi wirausaha dengan nilai prosentase 40,8%.

Uji Validitas dan Reabilitas

Table 1 Atribut Kepuasan Pelanggan

Dimensi	**Atribut Layanan**
Timeliness **(D1)**	Apakah tenggang waktu dari pemesanan sampai pada pengiriman atau barang sampai sudah sesuai (tidak terlalu lama atau tidak terlalu cepat)
	Apakah pengiriman pesanan tepat waktu
	Apakah UD. XYZ cukup tanggap dalam menangani komplain
Availability **(D2)**	Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi tentang ketersediaan prodak
	Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi dokumentasi (faktur pembelian dan penagihan)
	Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi mengenai prosedur penagihan
	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam menanggapi pengiriman darurat
	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam memberikan informasi harga prodak
	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan informasi waktu pelayanan
	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan pelayanan yang nyaman
	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan informasi jenis-jenis prodak
Quality **(D3)**	Bagaimana kualitas prodak dari UD. XYZ
	Bagaimana incurance / asuransi untuk pengiriman prodak dari UD. XYZ
	Apakah prodak UD. XYZ dalam kondisi prima pada saat sampai di tangan konsumen
	Apakah prodak UD. XYZ memiliki inovasi produk dan kemasan produk yang bagus

Table 2 Hasil uji validitas dan reabilitas kinerja dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan

No	**Atribut**	**Harapan**			**Kinerja**		
		Nilai r	**Validitas**	**Realibilitas**	**Nilai r**	**Validitas**	**Realibilitas**
1	**X1**	.662	Valid	R tabel .178	.861	Valid	R tabel .178
2	**X2**	.840	Valid	Cronbach's alpha .582	.344	Valid	
3	**X3**	.729	Valid		.809	Valid	Cronbach's alpha .508
4	**X4**	.607	Valid	R tabel .178	.289	Valid	R tabel .178
5	**X5**	.642	Valid		.376	Valid	

6	**X6**	.645	Valid	Cronbach's alpha .564	.498	Valid	
7	**X7**	.451	Valid		.740	Valid	Cronbach's alpha .628
8	**X8**	.463	Valid		.330	Valid	
9	**X9**	.419	Valid		.727	Valid	
10	**X10**	.484	Valid		.335	Valid	
11	**X11**	.368	Valid		.681	Valid	
12	**X12**	.774	Valid	R tabel .178	.750	Valid	R tabel .178
13	**X13**	.836	Valid	Cronbach's alpha .824	.834	Valid	
14	**X14**	.832	Valid		.820	Valid	
15	**X15**	.806	Valid		.804	Valid	Cronbach's alpha .811

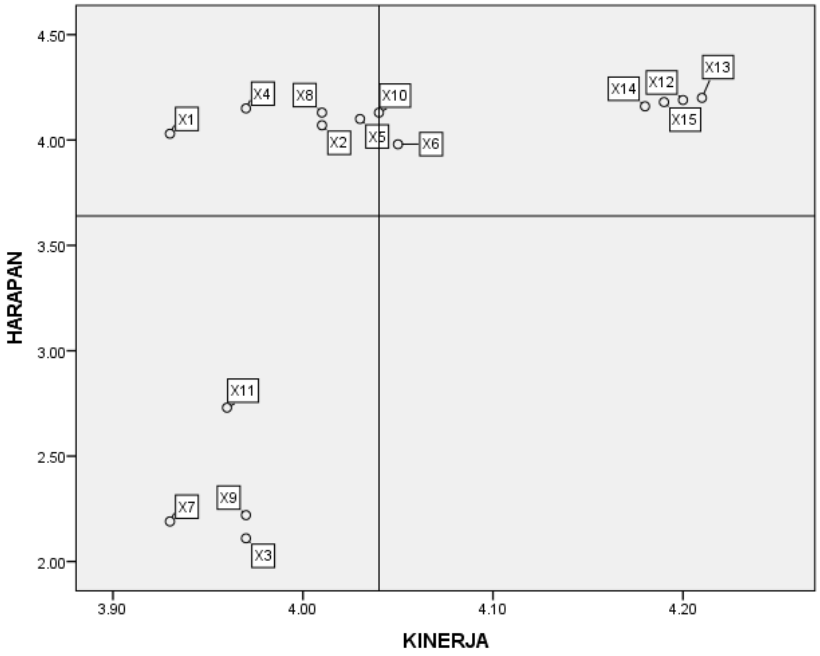
Dari hasil pengujian hasil kuisioner menggunakan aplikasi SPSS menunjukkan semua hasil kuisioner baik dalam nilai kinerja, harapan dengan dasar dimensi (*timeliness Availability*, dan *Quality*) dinyatakan valid dan semua variabel diatas dikatakan valid karena nilai R hitungnya lebih besar dari 0.178 . Dan penelitian ini dikatakan reliabel karena ketiga nilai alpha pada variabel diatas mendekati 1.

Diagram Kartesius

Table 3 hasil tabulasi angket penilaian nilai kinerja dan harapan dari kualitas pelayanan UD. XYZ

NO	HARAPAN	KINERJA	SELISI
1	**4.03**	**3.93**	**-0.10**
2	**4.07**	**4.01**	**-0.06**
3	**2.11**	**3.97**	**1.86**
4	**4.15**	**3.97**	**-0.18**
5	**4.10**	**4.03**	**-0.07**
6	**3.98**	**4.05**	**0.07**
7	**2.19**	**3.93**	**1.74**
8	**4.13**	**4.01**	**-0.12**
9	**2.22**	**3.97**	**1.75**
10	**4.13**	**4.04**	**-0.09**
11	**2.73**	**3.96**	**1.23**
12	**4.19**	**4.20**	**0.01**
13	**4.20**	**4.21**	**0.01**
14	**4.16**	**4.18**	**0.02**
15	**4.18**	**4.19**	**0.01**
Total	**54.57**	**60.65**	**6.08**
MEAN	**3.64**	**4.04**	**0.41**

Dalam menentukan garis tengah dari diagram kartesius diperlukan nilai rata-rata dari kinerja kualitas pelayanan dan harapan kualitas layanan UD. XYZ yang didapatkan dari angket yang telah diolah, yaitu dimana rata-rata dari kinerja kualitas pelayanan mendapatkan nilai 3,64 dan harapan kualitas pelayanan sebesr 4,04.



Gambar 1 Diagram Kartesius Hasil Angket Kualitas Pelayanan

Kuadran 1

Pada kuadran ini terdapat variable atribut yang menjadi prioritas utama, dikarenakan harapan dari konsumen yang tinggi tetapi kinerja perusahaan memberikan performa sebaliknya sehingga mampu memenuhi harapan konsumen yang tinggi. Dikuadran 1 ada beberapa variabel yaitu antaara lain :
Apakah tenggang waktu dari pemesanan sampai pada pengiriman atau barang sampai sudah sesuai (tidak terlalu lama atau tidak terlalu cepat) (variabel atribut).
Apakah pengiriman pesanan tepat waktu, (variabel atribut X2).
Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi tentang ketersediaan prodak (variabel atribut X4).
Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi dokumentasi (faktur pembelian dan penagihan) (variabel atribut X5).
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam memberikan informasi harga prodak (variabel atribut X8).
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan pelayanan yang nyaman (variabel atribut X10).

Kuadran 2

Pada kuadran ini terdapat variable atribut yang harus dipertahankan, dikarenakan kinerja kualitas pelayanan yang mampu memenuhi harapan konsumen. Dikuadran 2 ada beberapa variable atribut yaitu antara lain :
Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi mengenai prosedur penagihan (variabel atribut X6).
Bagaimana kualitas prodak dari UD. XYZ (variabel atribut X12).
Bagaimana incurance / asuransi untuk pengiriman prodak dari UD. XYZ (variabel atribut X13).
Apakah prodak UD. XYZ dalam kondisi prima pada saat sampai di tangan konsumen Apakah (variabel atribut X14).
prodak UD. XYZ memiliki inovasi produk dan kemasan produk yang bagus (variabel atribut X15).

Kuadran 3

Pada kuadran ini terdapat variabel atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, jadi perusahaan tidak perlu meningkatkan kualitas pelayananya karena harapan dari konsumen tidak tinggi dan dianggap tidak penting. Dikuadran 4 ada beberapa variable atribut yaitu antara lain :
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan informasi waktu pelayanan (atribut X3).
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam menanggapi pengiriman darurat (variabel atribut X7).
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan informasi waktu pelayanan (variabel atribut X9).
Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan informasi jenis-jenis prodak (atribut X11).

Kuadran 4

Pada kuadran ini terdapat variabel atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, tetapi kinerja perusahaan pada variabel atribut ini terlalu baik sehingga melebihi harapan konsumen jadi perusahaan tidak perlu meningkatkan kualitas pelayananya karena harapan dari konsumen tidak tinggi dan dianggap tidak penting dan jika tidak diperlukan dalam proses pelayanan UD. XYZ bisa dihilangkan karena bisa menjadi *waste*. Dikuadran 4 tidak ada variabel atribut yang harus dihapus jadi keseluruhan variabel atribut perlu untuk dipakai.

Analisa solusi awal

No	Atribut Yang di Evaluasi	Paraneter Teknik		Hasil
		Improvement Future	Worsing Future	
1	Apakah tenggang waktu dari pemesanan sampai pada pengiriman atau barang sampai sudah sesuai (tidak terlalu lama atau tidak terlalu cepat) (variabel atribut X1 dimensi1).	9.Speed	10. Force (Intensity)	13, 28, 15, 19
2	Apakah pengiriman pesanan tepat waktu, (variabel atribut X2, dimensi 1).	27.Reliability	28.Measurement Accuracy	13, 28, 15, 19
3	Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi tentang ketersediaan prodak (variabel atribut X4 dimensi 2).	2. Weight of stationary object	8. Volume of stationary object	5, 35, 14, 2
4	Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi dokumentasi (faktur pembelian dan penagihan) (variabel atribut X5 dimensi 2).	2. Weight of stationary object	8. Volume of stationary object	5, 35, 14, 2
5	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam memberikan informasi harga prodak (variabel atribut X8 dimensi 3).	2. Weight of stationary object	8. Volume of stationary object	5, 35, 14, 2
6	Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan pelayanan yang nyaman (variabel atribut X10 dimensi 2).	27. Reliability	7.Volume of moving object	3, 10, 14, 24

Dari tabel diatas bisa dilihat hasil dari website triz40.com dan akan dilanjutkan pemilihan *inventive principle* yang sesuai dengan lokasi penelitian yaitu UD. XYZ dan didapatkan hasil solusi penyelesaian awal sampai masuk ketahap evaluasi solusi atribut dengan pemilik UD. XYZ telah didapatkan hasil sebagai berikut :

Atribut X1 dengan argumen “Apakah tenggang waktu dari pemesanan sampai pada pengiriman atau barang sampai sudah sesuai (tidak terlalu lama atau tidak terlalu cepat)”, perusahaan mendapatkan evaluasi #15 *Dynamics* yang dimana perusahaan disarankan untuk mendirikan area distribusi lebih dekat dengan gudang transit perusahaan ekspedisi yang ada di Surabaya Selatan. Tetapi perusahaan tidak dapat

merealisasikan dalam waktu dekat dikarenakan belum adanya biaya pemindahan gudang distribusi tetapi dengan adanya atribut X4 yang berkaitan dengan atribut X1 mengenai penjadwalan.

Atribut X2 dengan argument "Apakah pengiriman pesanan tepat waktu", #13 *The other way round* dimana perusahaan harus mengukur mundur penjadwalan supaya didapatkan waktu optimal untuk pengiriman melalui jasa ekspedisi jika ada pesanan sehingga UD. XYZ mampu memberikan informasi waktu yang optimal kepada konsumen sehimgga konsumen tidak kecewa ketika memesan dari UD. XYZ karena pengiriman tepat waktu seperti yang dijanjikan dan sekaligus dengan evaluasi ini UD. XYZ mampu mengurangi permasalahan yang ada pada atribut X1 dengan memberi ekspetasi waktu dengan tepat.

Atribut X4 dengan argument "Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi tentang ketersediaan prodak" mendapatkan solusi #5 *Merging, Consolidation or combining* dimana perusahaan harus memisahkan, menggabungkan atau menghilangkan proses yang mungkin sama sehingga mampu mengerjakan pekerjaan dalam satu waktu atau pararel sehingga penyampaian informasi dapat dengan mudah dilakukan jika jobdesk sudah tertata dan terorganisir sehingga berdampak pada informasi yang jelas contoh yang bisa diterapkan pada UD XYZ adalah dengan memberi SOP atau jobdesk yang sesuai dengan posisinya seperti adminitrasi yang merangkap langsung sebagai *customer service*, dimana yang awalnya CS di ambil langsung oleh pemilik UD. XYZ.

Atribut X5 dengan argumen "Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi dokumentasi (faktur pembelian dan penagihan)" mendapatkan solusi #5 *Merging, Consolidation or combining* dimana dengan penggabungan antara CS dengan adminitrasi dapat mampu dengan mudah menyampaikan atau memberikan informasi domumentasi dengan tepat.

Atribut X6 dengan argument "Apakah UD. XYZ cukup jelas memberi informasi tentang ketersediaan prodak" mendapatkan solusi #5 *Merging, Consolidation or combining* , dengan menerapkan standar kerja dan melatih tenaga adminitrasi yang merangkap langsung sebagai CS supaya mampu menyampaikan informasi dengan jelas tentang ketersediaan prodak kepada pelanggan atau konsumen.

Atribut X10 *Preliminary action* dengan argument "Apakah UD. XYZ cukup baik dalam meberikan pelayanan yang nyaman" mendapatkan solusi #10 dimana perusahaan harus melakukan tindakan yang diperlukan atau tindakan awal untuk membuat calon konsumen merasa nyaman, jadi perusahaan diharuskan menyusun SOP untuk kualitas pelayanan dan evaluasi terus-menerus untuk menyesuaikan pelayanan sesuai keinginan pelanggan

KESIMPULAN

Dengan melihat nilai persepsi dan harapan konsumen menggunakan penyebaran kuisioner kepada pelanggan yang telah merasakan langsung kualitas pelayanan UD. XYZ menggunakan tiga dimensi yang ada pada *Physical Distribution Service Quality* sebagai dasar pada kuisioner yang akan dipakai sebagai alat analisa, didapatkan hasil pada beberapa atribut mengalami ketidak puasan dari perbandingan kinerja yang didapatkan dengan harapan yang diinginkan konsumen.

setelah didapatkan data tabulasi nilai rata-rata kuisioner dengan penilaian persepsi dan harapam konsumen, selanjutnya hasil nilai rata-rata kuisioner diolah menggunakan diagram kartesius dan didapatkan hasil atribut X1, X2, X4, X5, X6, dan X10 berada pada kuadran 1 yang mana atribut menjadi prioritas perbaikan.

Atribut yang menjadi prioritas perbaikan dianalisa menggunakan TRIZ untuk menghasilkan inovasi perumusan kualitas pelayanan yang baik, sehingga didapatkan kualitas pelayanan yang mampu memenuhi kepuasan pelanggan, evaluasi perumusan kualitas pelayanan dapat dilihat sebagai berikut :
atribut X1 mendapatkan evaluasi #5 Dynamics, atribut X2 mendapatkan evaluais #13 *The other way* round, atribut X4 mendapatkan evaluasi #5 *Merging, Consolidation or combining*, atribut X5 mendapatkan evaluasi #5 *Merging, Consolidation or* combining, atribut X6 mendapatkan evaluasi #5 *Merging, Consolidation or* combining, atribut X10 mendapatkan evaluasi #10 *Preliminary action*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdhulillah telah diselesaikan penulisan karya ilmiah yang berjudul "Perumusan Strategi Pemasaran Jasa Efektif Dengan Integrasi Metode PDSQ (*Physical Distribution Service Quality*) dan TRIZ (Studi Kasus : UD. XYZ)" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Teknik (M. T.) dalam bidang keahlian Teknik Industri, pada program studi Magister Teknik Industri di Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. Dalam penyusunan jurnal banyak sekali pihak yang turut serta membantu penyelesaian karya ilmiah ini, terutama kedua orang tua dan keluarga yang selalu support, Bapak Dr.

Lukmandono, ST., M.T. selaku ketua prodi dan dosen penguji kualifikasi tesis bersama Bapak Dr. Rony Prabowo, S.E., S.T., M.T., MSM, Bapak Dr. Indung Sudarso, S.T., M.T selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung penuh penyelesaian karya ilmiah dan juga seluru staff dosen program studi Magister Teknik Industri di Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Bapak Yudin selaku pemilik UD. XYZ, teman-teman seperjuangan dan terutama teman kelompok Mbak Devi, Mas yoga, Silvana, Yola, Rio, Nuri, Pak Shochib, Pak Luhur, Pak Dadan, Pak Dany, Pak Hasib, dan abul yang selalu menjadi teman *sharing* pada saat proses perkuliahan berlangsung di MTI ITATS.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Firman Hidranto, "Perkembangan UMKM di indonesia," indonesia.go.id, Jakarta, 2021.

[2] Hanif Nashrullah, "Jatim Fair 2021 momentum kebangkitan UMKM," jatim.antaranews.co, surabaya, 2021.

[3] Hany Akasah, "Bupati Gresik Buka Kembali Pudak Galeri dengan Konsep Kekinian," radargresik.jawapos.com, gresik, Nov. 04, 2021.

[4] C. C. Bienstock, J. T. Mentzer, and M. M. Bird, "Measuring physical distribution service quality," J. Acad. Mark. Sci., vol. 25, no. 1, pp. 31–44, 1997, doi: 10.1007/BF02894507.

[5] G. Altshuller, The Innovation Algorithm : TRIZ, Systematic Innovation and Technical Creativity, Vol 1., vol. 6, no. 1. united states of america: Technical Innovation Center, Inc., 1999.

[6] Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Pemasaran strategik, Ke-2. Yogyakarta: ANDI, 2012.

[7] M. G. Akbar, A. N. Rukmana, and P. Renosori, "Perbaikan Kualitas untuk Meminimasi Kecacatan Produk Aluminium Menggunakan Metode SQC dan TRIZ Quality Improvement to Minimize Aluminum Product Disability Using SQC And TRIZ profil yang berkualitas sesuai dengan adalah untuk mendapatkan jaminan Statistic," pp. 343–350, 2019.

[8] F. Fahrizal and N. Rahman, "Usulan Perbaikan Kualitas untuk Meminimasi Kecacatan pada Produk Casing TC Usb di PT . Indah Varia Eka Selaras dengan Menggunakan Metode TRIZ," pp. 26–33.

[9] and B. H. B. Lewis, Robert C., "Emerging perspectives on services marketing," The marketing aspects of service quality. pp. 99-107., 1983.

[10] A. Parasuraman, L. L. Berry, and V. A. Zeithaml, "More on improving service quality measurement," J. Retail., vol. 69, no. 1, pp. 140–147, 1993, doi: 10.1016/S0022-4359(05)80007-7.

[11] Genrich Altshuller, 40 principles : triz keys to innovation.pdf, Vol 1. united states of america: technical innovation center inc., 1998.