

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Konsep Kualitas Dalam Sistem Produksi

Kualitas merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan sistem produksi, khususnya pada industri manufaktur seperti produk hijab. Dalam perspektif Teknik Industri, kualitas tidak hanya diartikan sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi (*conformance to specification*), tetapi juga mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (*fitness for use*). Menurut (Montgomery, 2012), kualitas adalah tingkat kesesuaian produk terhadap standar yang telah ditetapkan serta kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Definisi ini relevan dengan kondisi pada BAB I, di mana ditemukan adanya ketidaksesuaian antara hasil produksi dengan ekspektasi konsumen, yang ditunjukkan melalui data produk retur.

Kualitas dalam konteks penelitian ini tidak lagi dipandang semata sebagai hasil dari proses produksi, melainkan sebagai hasil dari perancangan produk yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan (*customer-driven design*). Pendekatan ini sejalan dengan konsep dalam pengembangan produk modern yang menekankan bahwa sebagian besar kualitas ditentukan pada tahap desain, bukan pada tahap produksi. Menurut (Ulrich & Eppinger, 2011), kualitas produk merupakan hasil dari keputusan desain yang mencakup pemilihan atribut fisik, fungsi, dan performa produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dalam perspektif ini, kualitas didefinisikan sebagai:

- a. Kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan (*customer satisfaction*)

- b. Kesesuaian atribut desain dengan fungsi penggunaan (*functional performance*)
- c. Kemampuan produk memberikan pengalaman penggunaan yang optimal (*user experience*)

Pendekatan pengembangan produk menekankan bahwa:

- 1. Kualitas ditentukan sejak tahap desain (*design stage*)
- 2. Spesifikasi teknis harus berasal dari kebutuhan pelanggan
- 3. Atribut produk harus dapat diukur secara teknis.

Dengan demikian, dalam penelitian ini kualitas diposisikan sebagai hasil dari penerjemahan *Voice of Customer* (VoC) ke dalam atribut teknis produk (*Technical Attributes*)

2.1.2 Standar Kualitas Produk Garmen/Tekstil

Dalam industri garmen, kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh persepsi konsumen, tetapi juga oleh parameter teknis yang terukur dan mengacu pada standar Internasional. Standar ini digunakan untuk memastikan bahwa produk memenuhi aspek fungsional, estetika, serta ketahanan dalam penggunaan. Menurut *International Organization for Standardization* (ISO) dan *American Association of Textile Chemists and Colorists* (AATCC), Karakteristik tekstil dapat dievaluasi melalui beberapa parameter utama berikut:

1. Standar ISO untuk kain tekstil

Organisasi standar internasional ISO, yang bertanggung jawab atas tekstil dan pakaian jadi adalah Komite Teknis Tekstil ISO/TC 38 yaitu mengatur persyaratan teknis dan kualitas tekstil diantaranya:

- a. Standar untuk berbagai bahan baku tekstil, dengan metode pengujian, terminologi dan definisi yang sesuai.
- b. Standar bahan baku industri, bahan pembantu dan bahan kimia yang digunakan dalam pengolahan dan pengujian di industri tekstil.
- c. Standar untuk produk tekstil.

2. Standar AATC untuk kain tekstil

AATCC memiliki 3 kelompok khusus: aplikasi kimia, konsumen konsep 2 (C2C), dan material, yaitu:

1. Aplikasi Kimia

Meningkatkan dan memperluas basis pengetahuan tentang penerapan bahan kimia (bantuan pra-perawatan, pewarnaan, penyelesaian akhir, polimer, dan sebagainya) pada bahan, dengan fokus pada studi teknik, peralatan, sistem dan proses yang digunakan serta pengujian bahan sifat fisik atau mekanik bahan yang diolah.

2. Konsep 2 Konsumen (C2C)

Meningkatkan dan memperluas visibilitas AATCC di sektor ritel, pemasaran dan desain, sehingga memperluas keanggotaan dan kehadiran di acara AATCC dan C2C.

3. Bahan

Meningkatkan dan memperluas basis pengetahuan untuk pengembangan material inovatif yang relevan dengan industri produk serat. Hal ini dilakukan melalui perbaikan struktur yang sudah ada atau penciptaan komponen zat baru. Bahan baru dapat berupa bahan kimia (bahan bantu pra-perawatan, pewarna, pelapis akhir, polimer) atau bahan yang terstruktur secara fisik misal serat dan bahan

3. Standar Pengujian untuk Kualitas Tekstil

Standar pengujian kualitas tekstil, termasuk standar regional, standar nasional, standar industri, dan standar perusahaan. Bagian ini berfokus pada item pengujian umum dan standar pengujian.

a. Kekuatan tarik jahitan merupakan kemampuan jahitan

Dalam menahan gaya tarik tanpa mengalami kerusakan atau putus. Parameter ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan daya tahan produk.

1. Diukur menggunakan uji tarik (*tensile test*)

2. Standar umum: ISO 13935-2

Menentukan apakah jahitan mudah lepas saat digunakan atau dicuci

b. Ketahanan Luntur Warna (*Color Fastness*)

Ketahanan luntur warna menunjukkan kemampuan kain mempertahankan warna terhadap pencucian, gesekan, dan keringat.

Metode uji: *washing test*, *rubbing test*

Standar: ISO 105

Mencegah warna pudar atau luntur saat dicuci

c. Opasitas / Ketebalan Kain (*Fabric Opacity & Thickness*)

Opasitas menunjukkan tingkat tembus pandang kain, sedangkan ketebalan berkaitan dengan kenyamanan dan estetika produk.

Menentukan apakah hijab terlalu tipis (transparan) atau terlalu tebal (panas)

d. Kerapatan Jahitan (*Stitch Density*)

Kerapatan jahitan adalah jumlah jahitan dalam satuan panjang tertentu (SPI – *stitch per inch*). Berpengaruh pada kekuatan jahitan, kerapihan produk. Semakin tepat kerapatan, semakin rapi dan kuat jahitan

e. Kekuatan Sobek Kain (*Tear Strength*)

Kekuatan sobek menunjukkan kemampuan kain menahan robekan setelah terjadi kerusakan awal, dengan demikian Mencegah kain mudah robek saat tertarik

2.1.3 *Voice of Customer* (VOC)

Voice of Customer (VoC) merupakan konsep dalam Teknik Industri yang digunakan untuk mengidentifikasi, memahami, dan menerjemahkan kebutuhan serta harapan konsumen terhadap suatu produk atau layanan ke dalam bentuk yang dapat diolah secara teknis dalam sistem produksi. VoC tidak hanya mencerminkan persepsi konsumen, tetapi juga menjadi input utama dalam perancangan produk,

pengendalian kualitas, dan pengambilan keputusan berbasis data (*data-driven decision making*).

VoC disebut sebagai representasi kebutuhan, preferensi, dan harapan konsumen terhadap suatu produk. Pelanggan akan merasa puas jika penyedia jasa memahami hal yang diinginkan pelanggan (Wilujeng et al., 2019). Terdapat 2 prosedur umum yang digunakan dalam pengumpulan VOC yaitu menentukan atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan mengukur tingkat kepentingan dari atribut-atribut tersebut (Utami, 2018). Menurut (Yustian, 2015), VoC adalah kumpulan kebutuhan pelanggan yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan produk. VoC dapat diperoleh melalui:

1. Kuesioner
2. Wawancara
3. Observasi
4. Data Keluhan pelanggan atau data retur produk

Pendekatan ini menunjukkan bahwa VoC tidak hanya digunakan untuk kepentingan pemasaran, tetapi juga sebagai dasar dalam:

1. Perancangan produk (*product design*)
2. Penentuan spesifikasi teknis
3. Pengendalian kualitas (*quality control*)
4. Optimasi proses produksi

Dalam penelitian ini, VoC memiliki peran penting karena:

1. Menjadi input utama dalam QFD
2. Menggambarkan gap antara ekspektasi dan realitas
3. Berbasis data aktual (keluhan seperti jahitan tidak rapi, bahan tebal, dan sebagainya)

Atribut VoC biasanya mencakup:

1. Kenyamanan produk
2. Fleksibilitas bahan
3. Kerapian jahitan
4. Desain dan estetika

VoC diposisikan sebagai bagian dari sistem terintegrasi:

1. VoC dikumpulkan
2. Diterjemahkan melalui QFD
3. Diimplementasikan dalam produksi
4. Produk dipasarkan
5. Konsumen memberikan *feedback*

Feedback menjadi VoC baru

VoC Kemudian beroperasi:

- a. Diolah menggunakan QFD
- b. Diterjemahkan menjadi spesifikasi teknis
- c. Diimplementasikan dalam sistem produksi
- d. Menghasilkan kualitas produk
- e. Mempengaruhi keputusan pembelian

Sehingga VoC berperan sebagai:

- a. Input utama sistem
- b. Dasar perancangan produk

Penghubung antara konsumen dan proses produksi

Namun, VoC tidak cukup hanya dikumpulkan. Tantangan utama adalah bagaimana menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam parameter teknis produksi. Di sinilah peran QFD menjadi sangat penting.

2.1.4 *Quality Function Deployment (QFD) dan House of Quality (HoQ)*

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode sistematis yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan (VoC) ke dalam karakteristik desain produk melalui matriks yang dikenal sebagai *House of Quality (HoQ)*, yaitu matriks yang menghubungkan kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknis produk secara terstruktur. Setelah atribut/variabel yang diinginkan pengguna diketahui, langkah selanjutnya adalah memasukkan atribut/variabel tersebut ke dalam rumah kualitas/*House of Quality (HOQ)* yang dilakukan sebelum tahap dari analisis dan interpretasi dilakukan.

QFD membantu perusahaan dalam:

1. Penerjemahan VoC ke dalam atribut teknis desain produk
2. Penentuan prioritas karakteristik teknis
3. Evaluasi kesesuaian desain terhadap kebutuhan pelanggan

Untuk memperkuat penerapan *Quality Function Deployment (QFD)*, perlu dijelaskan bahwa proses translasi *Voice of Customer (VoC)* ke dalam spesifikasi teknis dilakukan melalui suatu matriks yang disebut *House of Quality (HoQ)*.

Secara umum, *House of Quality* terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu:

1. Customer Requirements (WHATs)

Bagian ini berisi kebutuhan dan keinginan serta harapan konsumen (VoC) yang diperoleh dari kuesioner, wawancara, maupun observasi. Contoh pada produk hijab:

- a. Nyaman dipakai
- b. Tidak panas
- c. Desain Rapi
- d. Jahitan rapi

2. Technical Product Design (HOWs)

Digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Karakteristik teknis dibatasi pada aspek desain produk (*product design*)

a. Jenis bahan dan kain

Menentukan kenyamanan, tekstur, dan sifat fisik produk (misalnya cotton, voal, atau polyester).

b. Ketebalan kain (*fabric thickness*)

Berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan.

c. Tingkat elastisitas bahan

Mempengaruhi fleksibilitas dan kemudahan penggunaan produk

d. Kualitas visual produk (*appearance quality*)

Meliputi kerapian tampilan secara keseluruhan dari perspektif konsumen, termasuk simetri dan estetika produk.

3. *Relationship Matrix*

Menunjukkan hubungan antara kebutuhan pelanggan dan parameter teknis, menggunakan simbol/bobot:

9 = kuat

3 = sedang

1 = lemah

0 = tidak ada hubungan

4. *Correlation Matrix (roof HOQ)*

Hubungan antar parameter teknis, simbol:

(+) = saling mendukung

(-) = saling bertentangan

Contoh: Tension benang vs kerapian jahitan = positif

5. *Customer Importance Rating*

Tingkat kepentingan dari setiap kebutuhan pelanggan, skala umum:

1– 5 (tidak penting - sangat penting)

Contoh:

Jahitan rapi = 5

Bahan nyaman = 5

Desain = 3

6. *Technical Priority*

Hasil perhitungan prioritas teknis berdasarkan hubungan dan tingkat kepentingan pelanggan

Importance x Relationship

Output:

1. Yang paling penting diperbaiki
2. Fokus optimasi desain produk
3. Technical Requirements dalam penelitian ini dibatasi hanya pada atribut desain produk yang dapat dikontrol pada tahap perancangan, seperti sifat fisik kain dan kualitas visual produk, bukan parameter proses produksi.

2.1.5 Konsep Pengembangan Desain Produk QFD fase 1

Menurut Assauri (2015) pengembangan produk adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam perspektif *Quality Function Deployment* (QFD) Fase 1, pengembangan desain produk dilakukan dengan menerjemahkan kebutuhan pelanggan (*Voice of Customer*) ke dalam karakteristik teknis produk melalui *House of Quality*. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap keputusan desain didasarkan pada kebutuhan pelanggan sehingga produk yang dikembangkan memiliki tingkat kesesuaian yang lebih tinggi terhadap harapan pasar. Dalam penelitian ini, pengembangan desain produk dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan melalui *Voice of Customer* (VoC).
2. Menentukan tingkat kepentingan setiap atribut kebutuhan pelanggan.
3. Menentukan karakteristik teknis desain produk yang relevan.
4. Menganalisis hubungan antara kebutuhan pelanggan (WHATs) dan karakteristik teknis (HOWs) dalam *House of Quality*.

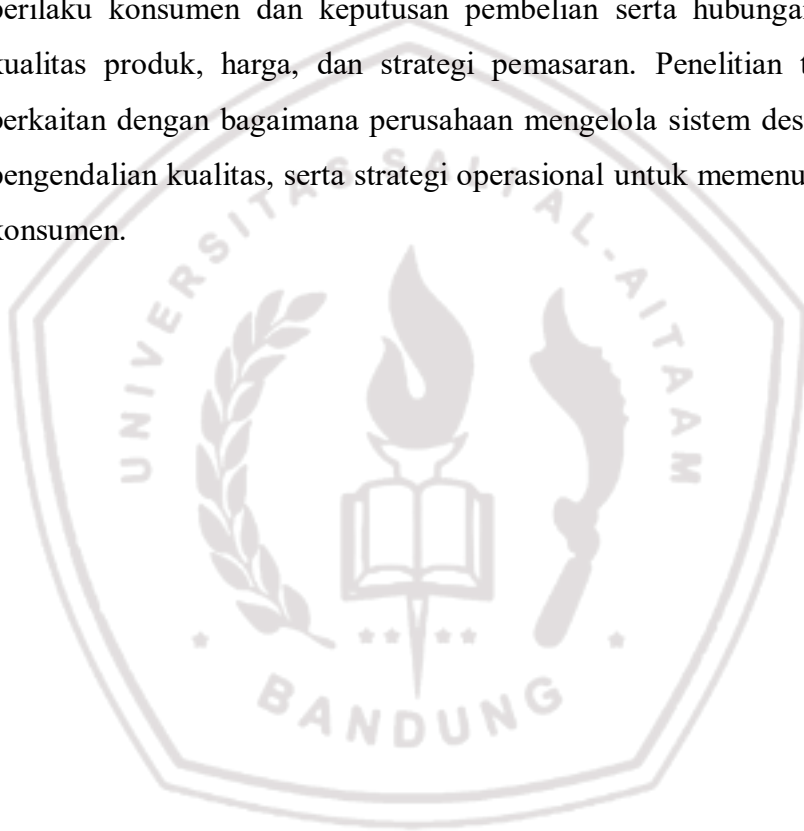
Hasil dari QFD Fase 1 berupa prioritas karakteristik teknis yang menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi pengembangan desain produk. Karakteristik teknis dengan nilai prioritas tertinggi menunjukkan aspek desain yang paling berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan dan perlu menjadi fokus utama dalam pengembangan produk.

Pengembangan desain produk difokuskan pada atribut-atribut yang berkaitan dengan kualitas hijab, seperti daya serap bahan, kenyamanan penggunaan, fleksibilitas kain, ketebalan material, dan aspek estetika produk. Dengan demikian, pengembangan desain produk yang dihasilkan diharapkan dapat meningkatkan kesesuaian produk dengan

kebutuhan pelanggan serta mendukung peningkatan kualitas produk hijab PT. Kana Kamoe Indonesia.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk referensi memperkuat penelitian yang dilakukan serta menunjukkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Di sisi lain juga digunakan untuk mengetahui perkembangan penelitian terkait perilaku konsumen dan keputusan pembelian serta hubungannya dengan kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran. Penelitian tersebut juga berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengelola sistem desain produksi, pengendalian kualitas, serta strategi operasional untuk memenuhi kebutuhan konsumen.



Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Fokus penelitian	Metode	Hasil Utama	Keterbatasan penelitian terdahulu	Gap Penelitian
1.	Nurmianto (2022)	Aplikasi Quality Function Deployment (QFD) untuk Meningkatkan Kualitas Produk Garmen	Industri Garmen	Voice of Customer (VOC), Respon Teknis, House of Quality (HoQ), Kepuasan Konsumen	Quality Function Deployment (QFD) dengan pendekatan Triangular Fuzzy Numbre	QFD mampu meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan	Tidak membahas perilaku konsumen secara spesifik	Penelitian Anda mengintegrasikan perilaku konsumen dengan QFD sistem pengembangan desain produk hijab
2.	Damayanti et al. (2024)	Perancangan dan Pengembangan Produk Baju Seragam Taman Kanak-kanak (TK) Menggunakan Kano Model dan QFD	UKM XYZ (produk baju)	Atribut kualitas produk, Voice of Customer, Kano Classification, House of Quality (HoQ)	Kano Model dan Quality Function Deployment (QFD)	Ditemukan 6 dimensi kualitas (estetika, fitur, kinerja, kehandalan, kesan kualitas, ketahanan). diprioritaskan dalam QFD sehingga menghasilkan desain produk yang lebih sesuai kebutuhan konsumen.	Fokus hanya pada desain produk	Penelitian Anda mengaitkan QFD dengan masalah desain dan defect kualitas

3.	Wardaliah (2025)	Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Generasi Z terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kabupaten Majene	Generasi Z di Kabupaten Majene	VoC, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian	Metode Kuantitatif (Regresi Linier Berganda)	Perilaku konsumen dan gaya hidup berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk fashion.	Tidak membahas aspek teknis produksi dan kualitas produk	Belum menghubungkan perilaku konsumen dengan sistem produksi dan penelitian saya Mengintegrasikan perilaku konsumen + QFD + evaluasi pengembangan desain produk
4.	Istiqomah (2022)	Pengaruh Kualitas Bahan, Desain, dan Kenyamanan, dan Harga terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket	Mahasiswa hijab plisket di UNISMA	Analisis kualitas bahan, desain, kenyamanan, dan harga	Kuantitatif dengan teknik Accidental Sampling	Atribut kualitas bahan, desain, kenyamanan, dan harga berpengaruh terhadap minat beli. Secara parsial, desain, kenyamanan, dan harga berpengaruh positif signifikan, sedangkan kualitas bahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.	Variabel penelitian hanya menjelaskan 52,8% variasi minat beli, Lokasi penelitian hanya terbatas pada tiga universitas di Kota Malang	Penelitian saya berfokus pada pengembangan desain produk hijab berdasarkan kebutuhan pelanggan menggunakan (QFD) Fase 1.

5.	S. Salsabila et al (2024)	Efek termal hijab rayon dan poliester di lingkungan hangat-lembap dan panas-kering	penggunaan hijab rayon dan polyester	Penelitian ini berfokus pada karakteristik material hijab, khususnya kemampuan menyerap keringat dan mengatur kelembapan.	metode eksperimen laboratorium (experimental study).	Hijab berbahan rayon memberikan kenyamanan termal yang lebih baik dibandingkan polyester. Hal ini disebabkan rayon memiliki daya serap air dan permeabilitas uap air yang lebih tinggi sehingga lebih efektif dalam menyerap keringat.	Hanya menguji dua jenis bahan hijab dengan jumlah partisipan yang relatif sedikit (8 orang). Penelitian dilakukan pada laboratorium sehingga belum merepresentasikan penggunaan hijab dalam aktivitas sehari-hari	Salsabila dkk. berfokus pada pengujian performa termofisiologis material hijab secara eksperimen, penelitian saya berfokus pada analisis kebutuhan pelanggan menggunakan QFD
6.	P. Syarifah (2021)	Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Umama	Konsumen Hijab Umama, mahasiswa D-IV Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang	Menganalisis pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hijab Umama.	Pendekatan kuantitatif dengan metode survei.	Desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Hijab Umama.	Hanya menggunakan dua variabel bebas, Responden terbatas pada mahasiswa, Penelitian hanya menganalisis pengaruh terhadap keputusan pembelian	Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sementara penelitian Anda menggunakan QFD Fase 1 untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan
7.	Kurniawan et al (2025)	Analisis Customer Preference dalam Memilih Hijab (Studi pada Produk Hijab Rumah Anita Jombang)	Preferensi konsumen produk hijab Anita Jombang	Analisis kombinasi atribut hijab yang paling disukai konsumen	Pendekatan Kuantitatif Metode Survei	Tingkat kepentingan atribut menunjukkan bahwa model (45,28%) merupakan atribut paling penting, diikuti motif (20,22%), bahan (17,70%), dan warna (16,80%).	Penelitian hanya dilakukan pada Rumah Anita Jombang, sehingga hasilnya bersifat spesifik terhadap satu toko.	Penelitian Kurniawan bertujuan mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut hijab menggunakan Conjoint Analysis. Penelitian saya bertujuan menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi prioritas karakteristik teknis menggunakan Quality Function Deployment (QFD) Fase 1.

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian sebelumnya (2026)

Keterangan pada penelitian terdahulu:

1. **Penelitian oleh Nurmianto (2022)** menunjukkan bahwa penerapan QFD yang dikombinasikan dengan *Triangular Fuzzy Number* efektif dalam:
 - a. Mengidentifikasi atribut kebutuhan pelanggan (VOC) seperti harga, kualitas jahit, pelayanan, dll.
 - b. Menentukan prioritas perbaikan melalui *House of Quality (HoQ)* Menghasilkan rekomendasi teknis seperti peningkatan produktivitas, *Quality control*, dan *upgrade* mesin produksi
2. **Penelitian oleh Damayanti et al. (2024)** berfokus pada perancangan dan pengembangan produk menggunakan integrasi Kano Model dan QFD untuk meningkatkan kualitas desain produk seragam TK. Penelitian tersebut menitikberatkan pada klasifikasi atribut kualitas dan penerjemahan kebutuhan konsumen ke dalam spesifikasi teknis produk.
3. **Penelitian yang dilakukan oleh Wardaliah (2025)** ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Jumlah responden sebanyak 55 orang generasi Z di Kabupaten Majene. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel VoC/Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
 - b. Variabel gaya hidup juga berpengaruh signifikan
 Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian produk fashion.
4. **Penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah (2022)** Menganalisis atribut kualitas bahan, desain, kenyamanan, dan harga terhadap minat beli hijab plisket menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian berhasil mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat beli

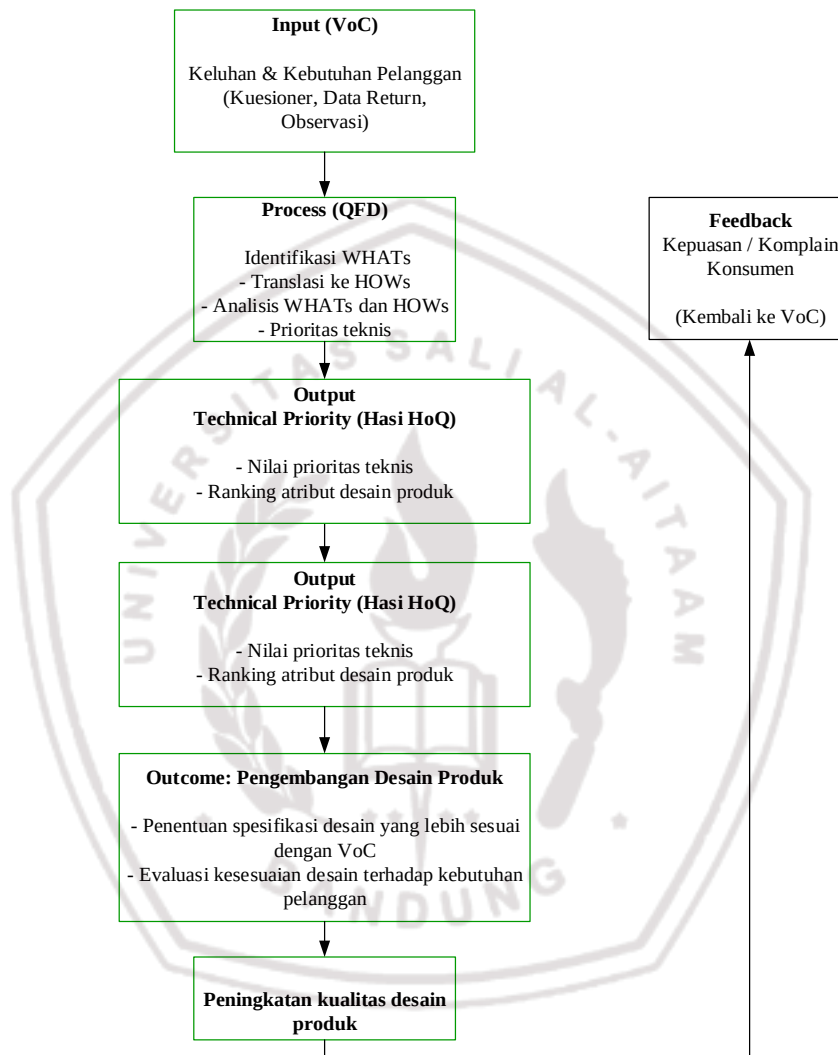
5. **Penelitian yang dilakukan oleh S. Salsabila et al (2024)** Penelitian ini menggunakan metode eksperimen laboratorium dengan membandingkan penggunaan hijab berbahan rayon, polyester, dan tanpa hijab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hijab berbahan rayon memberikan kenyamanan termal yang lebih baik karena memiliki kemampuan menyerap keringat dan permeabilitas uap air yang lebih tinggi dibandingkan polyester.
6. **Penelitian yang dilakukan oleh P. Syarifah (2021)** meneliti pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Hijab Umama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
7. **Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan et al (2025)** berfokus pada analisis preferensi konsumen dalam memilih produk hijab Rumah Anita Jombang berdasarkan atribut bahan, warna, model, dan motif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden serta dianalisis menggunakan **Choice-Based Conjoint Analysis**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi hijab yang paling disukai adalah berbahan syfon ceruty, berwarna soft, bermodel pashmina, dan bermotif polos, dengan atribut model sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap preferensi konsumen.

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam perspektif Teknik Industri, penelitian ini memandang pengembangan kualitas produk sebagai suatu sistem terstruktur berbasis kebutuhan pelanggan (*customer-driven design*). Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan difokuskan pada *Quality Function Deployment* (QFD) Fase 1, yaitu tahap penerjemahan *Voice of Customer* (VoC) ke dalam karakteristik teknis desain produk. Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan VoC sebagai input utama, yang kemudian diolah menggunakan *House of Quality*

(HoQ) untuk menghasilkan prioritas teknis (*technical priority*) sebagai dasar optimasi desain produk.

Gambar 2.1 Alur Konseptual



Sumber: Alur Konseptual (diolah,2026)

Bab ini menjadi dasar teoritis untuk analisis pada BAB IV dan V, khususnya dalam:

- Pengolahan VoC
- Design Oriented
- Penyusunan HoQ
- Fase 1 QFD
- Penentuan prioritas teknis