

ANALISIS KONTEN APLIKASI SMARTPHONE BERBASIS ANDROID UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN KONVEKSI CV. RIES PROJECT PRODUCTION

Muhammad Haris Khoirudin¹, Januar Wibowo², Haryanto Tanuwijaya³
^{1,2} S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dinamika



Article History:

Received Sep 12, 2019
Revised Oct 11, 2019
Accepted Nov 17, 2019

Key words:

Content Design
Ease
Sales Increase
Consumer CV. Ries Project
Production.

ABSTRACT

This study aims to determine the content design of an Android-based mobile smartphone application that is attractive and makes it easier for consumers and prospective consumers to place orders with the company. In addition, it has a good impact on the marketing of CV companies. Ries Project Production so as to increase sales for the company CV. Ries Project Production. The data analysis technique used is SPSS analysis through the QFD (Quality Function Deployment) method. The technique of collecting data is by observing, surveying through questionnaires distributed to respondents by random sampling. The population in this study were all people of Tulungagung district who had ordered clothes or uniforms for CV. Ries Project Production, so that the sample determined in this study is part of the people of Tulungagung district who have ordered clothes or uniforms and those who have never but just asked. This research is classified as qualitative research. The number of samples in this study were 52 people. This study provides findings that the smartphone content design variable is proven to have an impact on service quality to consumer needs, so that it can affect consumer satisfaction variables. so that it has a significant and positive effect on increasing sales of CV. Ries Project Production.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui desain konten aplikasi mobile smartphone berbasis android yang menarik dan mempermudah konsumen maupun calon konsumen dalam melakukan order ke perusahaan. Selain itu memberikan dampak baik bagi pemasaran perusahaan CV. Ries Project Production sehingga meningkatkan penjualan bagi perusahaan CV. Ries Project Production. Teknik analisis data yang digunakan analisis SPSS melalui metode QFD (Quality Function Deployment). Teknik pengumpulan data dengan melakukan Observasi, survey melalui angket yang disebarkan koresponden secara random sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kabupaten Tulungagung yang pernah order baju atau seragam ke perusahaan CV. Ries Project Production, sehingga sampel yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebagian masyarakat kabupaten Tulungagung yang pernah order baju atau seragam dan yang belum pernah tetapi hanya sekedar tanya. Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 52 orang. Penelitian ini memberikan hasil temuan bahwa variabel desain konten mobile smartphone terbukti memberikan dampak pada kualitas layanan terhadap kebutuhan konsumen, sehingga dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. sehingga berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan perusahaan CV. Ries Project Production.

PENDAHULUAN

Perusahaan konveksi di Indonesia meningkat dalam segi jumlahnya seiring dengan meningkatnya angka populasi dan kebutuhan konsumen akan pakaian atau fashion dan juga gaya hidup. Pemenuhan kebutuhan pakaian atau fashion di Indonesia mampu dipenuhi oleh perusahaan lokal mencapai 60% dari total kebutuhan. Daerah yang banyak memiliki penduduk cukup besar yaitu Provinsi Jawa Timur, selain penduduk yang cukup besar Jawa Timur merupakan daerah yang memiliki banyak instansi baik itu instansi profit maupun instansi non profit contoh seperti instansi pendidikan, kesehatan, sosial maupun perusahaan bisnis dengan skala nasional maupun internasional yang menjadikan Provinsi Jawa Timur memiliki potensi dalam pengembangan usaha konveksi fashion.

Perusahaan CV. Ries Project Production hadir untuk penyerapan pemenuhan kebutuhan pakaian atau fashion di Indonesia. Dengan kemampuan perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa pakaian garmen dengan skala menengah yang berlokasi di Tulungagung Jawa Timur, Indonesia. Dari awal berdiri hingga sekarang perusahaan melakukan pemasaran dan penyebaran informasi ke publik menggunakan media online dengan jangkauan seluruh Indonesia. Penggunaan media online diharapkan mampu untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Pada saat ini pemasaran dan penyebaran informasi dirasa sangat kurang mampu memberikan pemahaman kepada konsumen, terutama kurangnya intensif informasi yang tersebut membuat saluran pemasaran secara tidak langsung sehingga target pemasaran kurang sesuai harapan.

Perusahaan saat ini masih kurang bisa memberikan kemudahan dalam pelayanan order konsumen, masih banyak konsumen baru yang meragukan kualitas hasil produksi perusahaan terutama konsumen yang berada di luar wilayah tempat perusahaan CV. Ries Project Production yaitu diluar kota Tulungagung, sehingga rata-rata konsumen ingin melihat langsung bagaimana perusahaan konveksi tersebut berproduksi. Selain itu masih banyak konsumen baru yang belum mengetahui informasi jenis-jenis kain dan harga baju yang akan dipesan sesuai keinginan konsumen, sehingga pihak perusahaan harus menjelaskan secara langsung kepada konsumen baru dengan mengulang-ulang informasi proses produksi yang ada saat ini sehingga menjadi tidak praktis.

Solusi yang akan diambil oleh perusahaan dalam menangani permasalahan yang ada yaitu dengan menciptakan aplikasi mobile smartphone berbasis android disertai konten-konten yang menarik dan mudah dipahami. Dengan terciptanya aplikasi mobile smartphone disertai konten-konten yang menarik dan mudah dipahami akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran secara intensif. Aplikasi mobile smartphone ini memberikan model layanan perusahaan menggunakan konten-konten aplikasi yang identik dengan perusahaan agar memberikan informasi yang dapat dipahami dan mudah digunakan oleh konsumen dalam melakukan order ataupun repeat order sehingga dapat menciptakan saluran pemasaran perusahaan secara langsung.

Berdasarkan latar belakang tersebut terdapat perbedaan hasil temuan dari beberapa penelitian terdahulu, sehingga penelitian tentang “Analisis Konten Aplikasi Smartphone Berbasis Android untuk Meningkatkan Penjualan Konveksi CV. Ries Project Production” sangat penting untuk dilakukan guna untuk mengembangkan dan mendukung hasil dari penelitian terdahulu. Selain itu, juga berguna untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penjualan pada perusahaan. Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu. Pertama, yang dilakukan oleh Stephen Joewono, dan Wahyu Ramadoni (2019) tentang “Pengaruh Tampilan Antar Muka Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Go-Food Dikota Malang Dan Surabaya)”. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rizal Abdul Rahman dan Rizki Yudhi Dewantara (2017) tentang “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online”. Kebaruan penelitian ini terletak pada penambahan objek lain yaitu konten aplikasi mobile smartphone untuk meningkatkan penjualan di perusahaan. Teknik analisis data menggunakan PLS-SEM.1 dengan metode quality function deployment (QFD) yaitu metode yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas suatu produk atau layanan berdasarkan apa yang di inginkan pelanggan.

KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

E-Commerce

Pearson (2008) mendefinisikan perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan yang populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. Analisis Rasio Keuangan

Marketing

The UK Chartered institute of Marketing menjelaskan bahwa pemasaran adalah proses manajemen yang dilakukan untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyalurkan permintaan konsumen secara efisien dan menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Kotler (2015) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Digital Marketing

Digital Marketing menurut Chaffey (2014) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (*website, e-mail, data base, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya *blog, feed, podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran, yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan mempertahankan konsumen (di dalam proses pembelian yang *multi-channel* dan daur hidup pelanggan), lewat usaha mengenali pentingnya teknologi *digital* dan mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan kesadaran konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan pendorong loyalitas terhadap merek produknya), dan kemudian menyampaikan pesan lewat kegiatan komunikasi dan layanan berbasis *online* yang terintegrasi dan terfokus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang spesifik.

Selling

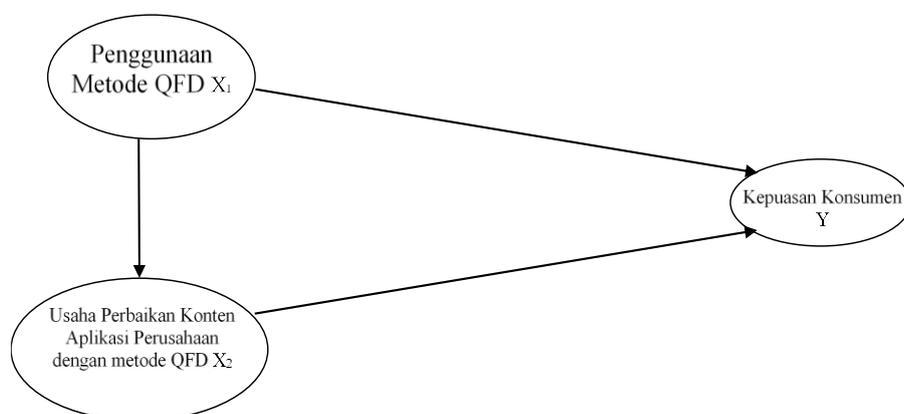
Menurut William (2010) *Selling* dengan tatap muka adalah Interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa ruang lingkup pemasaran lebih luas dibandingkan dengan ruang lingkup penjualan karena penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam pemasaran.

User interface

Menurut Satzinger, dkk, (2010) *user interface* adalah lebih dari sekedar layar, itu merupakan pengguna yang datang dengan menggunakan sistem konseptual dan fisik. User interface adalah bagian dari sebuah sistem informasi yang membutuhkan interaksi pengguna untuk membuat input dan output. Menjelaskan bahwa sebuah sistem informasi baru mempengaruhi banyak dari sistem informasi yang ada lainnya, dan analisis harus memastikan bahwa semua bekerja bersama sama. Analisis harus memiliki informasi tentang setiap sistem yang akan menyentuh sistem baru. Sistem juga harus berinteraksi dengan pengguna baik di dalam maupun di luar organisasi.

User Experience

Menurut Garrett (2011) *user experience* bukanlah tentang cara kerja dari suatu produk atau layanan yang ada. Tetapi bagaimana interaksi antara user dengan produk, seperti pengalaman pengguna (*user experience*) dalam menggunakan produk, apakah mudah digunakan, sesederhana apa dalam mengoperasikan produk atau layanan hingga pengalaman untuk menemukan, menyerap dan memahami informasi yang tersedia. Hal ini penting karena ketika sebuah produk sedang dikembangkan, biasanya lebih memperhatikan apa yang dilakukannya atau dikembangkan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif, karena pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan permasalahannya, penelitian ini merupakan penelitian kausal yaitu penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Metode yang digunakan adalah metode survei (non experimental). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu penggunaan metode QFD (X1), usaha perbaikan konten aplikasi perusahaan dengan metode QFD (X2), kepuasan (Y)

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan bidang generalisasi, yang dibentuk oleh objek atau subjek menurut kualitas dan karakteristiknya masing-masing, kemudian akan diteliti dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kabupaten Tulungagung yang pernah order baju atau seragam ke perusahaan CV. Ries Project Production, sehingga sampel yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebagaimana masyarakat kabupaten Tulungagung yang pernah order baju atau seragam dan yang belum pernah tetapi hanya sekedar tanya. Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan penyebaran angket pada responden. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian ini. Penyebaran angket tersebut diberikan kepada konsumen dan calon konsumen CV. Ries Project Production, untuk menjangkau informasi mengenai Analisis Konten Aplikasi Smartphone Berbasis Android untuk Meningkatkan Penjualan Konveksi CV. Ries Project Production.

Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Menggunakan Metode QFD pada Analisis Konten Aplikasi CV. Ries Project Production.

No	Variabel	Indikator	Butir	Jumlah
1.	Penggunaan Metode QFD	Kualitas perencanaan pembuatan konten aplikasi perusahaan	1,2,4	3
		Survey desain konten yang dibutuhkan konsumen	5,6	2
		Penilaian konsumen terhadap perencanaan desain konten	3,7	2
		Angket daftar kebutuhan konsumen	8,9,10	3
		Kebutuhan Konsumen	11,12	
2.	Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD	Kemampuan peningkatan perencanaan desain konten aplikasi perusahaan	13,14	3
		Ketercapaian tujuan perusahaan	18	2
3.	Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan kepada konsumen	15	1
		Kebutuhan konsumen	16,17,0	3
4.	Peningkatan Penjualan	Meningkatnya minat beli konsumen konsumen	19,20	3
		Meningkatnya produk permintaan konsumen	21	2

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
Uji Validitas

Tabel 1 Validitas Instrumen

Pernyataan Ke	r-Hitung	r-Tabel	Keputusan
1	0,897708	0,282	Valid
2	0,748317	0,282	Valid
3	0,883166	0,282	Valid
4	0,885308	0,282	Valid
5	0,881267	0,282	Valid
6	0,774227	0,282	Valid
7	0,816633	0,282	Valid
8	0,81564	0,282	Valid
9	0,883841	0,282	Valid
10	0,796244	0,282	Valid
11	0,858808	0,282	Valid
12	0,860795	0,282	Valid
13	0,625087	0,282	Valid
14	0,866533	0,282	Valid
15	0,880482	0,282	Valid
16	0,817113	0,282	Valid
17	0,849831	0,282	Valid
18	0,862433	0,282	Valid
19	0,900041	0,282	Valid
20	0,889464	0,282	Valid
21	0,837453	0,282	Valid

Berdasarkan Tabel 3. Instrumen kepuasan konsumen dalam konten aplikasi ada 21 item pernyataan. Setelah dilakukan analisis validitas, diperoleh bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel. Maka 21 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian yang sebenarnya untuk variabel kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian melalui aplikasi smartphone berbasis android CV. Ries Project Production.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil Reliabilitas
1.	Penggunaan Metode QFD X ₁	0,716	Reliabel
2.	Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD X ₂	0,817	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen Y	0,898	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4. di atas hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian nilai Cronbach's Alpha > 0,60 yang artinya item pernyataan pada kuesioner pada penelitian dianggap reliabel atau layak.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran demografis tentang responden pada CV. Ries Project Production. Karakteristik responden meliputi umur, jenis kelamin, konsumen dan calon konsumen di CV. Ries Project Production.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur		
Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
17 s/d 21 Tahun	28,8	28,8
22 s/d 35 Tahun	59,6	59,6
36 s/d 50 Tahun	11,5	11,4
TOTAL	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berumur 17 s/d 21 Tahun sebanyak 15 orang (28,8%), umur 22 s/d 35 Tahun sebanyak 31 orang (59,6%), dan umur 36 s/d 50 Tahun sebanyak 6 orang (11,5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur 22 s/d 35 Tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	75	75
Perempuan	25	25
TOTAL	100	100%

Error! Reference source not found. Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (75%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 13 orang (25%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki - laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan

Golongan		
Jenis Golongan	Frekuensi	Persentase
Konsumen	76,5	76,5
Calon Konsumen	23,5	23,5
Bukan Keduanya	0	0
TOTAL	100	100%

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini golongan konsumen sebanyak 39 orang (76,5%), golongan calon konsumen sebanyak 12 orang (23,%) dan golongan bukan keduanya sebanyak 0 (0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar golongan konsumen.

Hasil Skor Penggunaan Metode QFD (X1)

Hasil klasifikasi yang telah dihasilkan dari 2 metode peramalan *financial distress*, yaitu metode *Altman* dan *Springate* pada Tabel berisi hasil perbandingan model *Altman Z-Score* dan *Springate*.

Tabel 5 Hasil Skor Metode QFD

No. Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%	Total Score
X _{1.1}	30	57,7	12	23,1	8	15,4	0	0	2	3,8	52

X _{1.2}	29	55,8	12	23,1	6	11,5	2	3,8	3	5,8	52
X _{1.3}	26	50,0	17	32,7	7	13,5	0	0	2	3,8	52
X _{1.4}	22	42,3	11	21,2	17	32,7	1	1,9	1	1,9	52
X _{1.5}	19	36,5	20	38,5	9	17,3	3	5,8	1	1,9	52
X _{1.6}	24	46,2	13	25,0	12	23,1	1	1,9	2	3,8	52
X _{1.7}	23	44,2	19	36,5	8	15,4	1	1,9	1	1,9	52
X _{1.8}	17	32,7	18	34,6	14	26,9	2	3,8	1	1,9	52
X _{1.9}	21	40,4	20	38,5	9	17,3	0	0	2	3,8	52
X _{1.10}	25	48,1	11	21,2	13	25,0	2	3,8	1	1,9	52
X _{1.11}	19	36,5	13	25,0	17	32,7	2	3,8	1	1,9	52
X _{1.12}	29	55,8	11	21,2	10	19,2	1	1,9	1	1,9	52
X _{1.13}	24	46,2	16	30,8	9	17,3	0	0	3	5,8	52

Berdasarkan keterangan Tabel 8 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden kuesioner item pernyataan Penggunaan Metode QFD 1 (X1.1) yakni 57,7% menyatakan sangat setuju, dan 23,1% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 2 (X1.2) yakni 55,8% menyatakan sangat setuju dan 23,1%. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 3 (X1.3) yakni 50,0% menyatakan sangat setuju dan 32,7% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 4 (X1.4) yakni 42,3% menyatakan sangat setuju dan 21,2% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 5 (X1.5) yakni 36,5% menyatakan sangat setuju dan 38,5% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 6 (X1.6) yakni 46,2% menyatakan sangat setuju dan 25,0% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 7 (X1.7) yakni 44,2% menyatakan sangat setuju dan 36,5% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 8 (X1.8) yakni 32,7% menyatakan sangat setuju dan 34,6% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 9 (X1.9) yakni 40,4% menyatakan sangat setuju dan 38,5% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 10 (X1.10) yakni 48,1% menyatakan sangat setuju dan 21,2% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 11 (X1.11) yakni 36,5% menyatakan sangat setuju dan 25,0% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 12 (X1.12) yakni 55,8% menyatakan sangat setuju dan 21,2% setuju. Pernyataan Penggunaan Metode QFD 13 (X1.13) yakni 46,2% menyatakan sangat setuju dan 30,8% setuju.

Tabel 9 Hasil Skor Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD

No. Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%	Total Score
X _{2.1}	28	53,8	16	30,8	6	11,5	1	1,9	1	1,9	52
X _{2.2}	20	38,5	24	46,2	6	11,5	0	0	2	3,8	52
X _{2.3}	21	40,4	18	34,6	11	21,2	1	1,9	1	1,9	52
X _{2.4}	21	40,4	18	34,6	11	21,2	1	1,9	1	1,9	52

Berdasarkan keterangan Tabel 9 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden kuesioner item pernyataan Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD 1 (X2.1) yakni 53,8% menyatakan sangat setuju, dan 30,8% setuju. Pernyataan Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD 2 (X2.2) yakni 38,5% menyatakan sangat setuju dan 46,2%. Pernyataan Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD 3 (X2.3) yakni 40,4% menyatakan sangat setuju dan 30,6% setuju. Pernyataan Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD 4 (X2.4) yakni 40,4% menyatakan sangat setuju dan 30,6% setuju.

Tabel 10 Hasil Skor Kepuasan Konsumen

No. Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%	Total Score
Y _{1.1}	19	36,5	18	34,6	13	25,0	1	1,9	1	1,9	52
Y _{1.2}	23	44,2	18	34,6	9	17,3	0	0	2	3,8	52
Y _{1.3}	19	36,5	16	30,8	15	28,8	1	1,9	1	1,9	52
Y _{1.4}	15	28,8	20	38,5	15	28,8	1	1,9	1	1,9	52

Berdasarkan keterangan Tabel 10 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden kuesioner item pernyataan Kepuasan Konsumen 1 (Y.1) yakni 36,5% menyatakan sangat setuju, dan 34,6% setuju. Pernyataan Kepuasan Konsumen 2 (Y.2) yakni 44,2% menyatakan sangat setuju dan 34,6%. Pernyataan Kepuasan Konsumen (Y.3) yakni 36,5% menyatakan sangat setuju dan 30,8% setuju. Pernyataan Kepuasan Konsumen 4 (Y.4) yakni 28,8% menyatakan sangat setuju dan 38,5% setuju.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis data, dapat disimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Variabel Penggunaan Metode QFD (Quality Function Deployment) berpengaruh terhadap proses analisis kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilihat bahwa respon konsumen yang didapat telah berhasil menampilkan segala sesuatu kebutuhan yang diinginkan konsumen meskipun tidak secara langsung spesifik, tetapi mampu memberikan pelayanan konsumen secara baik, kualitas layanan yang baik dan diterima oleh konsumen mampu meningkatkan loyalitas konsumen CV. Ries Project Production.
2. Variabel Usaha Perbaikan Konten Aplikasi Perusahaan dengan metode QFD (Quality Function Deployment) memberikan dampak pada kualitas layanan terhadap kebutuhan konsumen, sehingga dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen yang didapat telah berhasil mempengaruhi minat beli konsumen yang ada pada layanan yang ditawarkan, dukungan layanan yang baik, mampu meningkatkan penjualan pada perusahaan konveksi CV. Ries Project Production.
3. Variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan. Pelayanan yang bersifat spesifik membuat konsumen secara emosional merasa tertarik terhadap produk atau promosi yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap loyalitas konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diberikan oleh peneliti kepada dua pihak yaitu penelitian selanjutnya dan pemimpin perusahaan sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambah variabel bebas misalnya variabel pemasaran, variabel lokasi, variabel produk dan variabel lainnya agar mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang diteliti dan menambah jumlah sampel yang digunakan agar data yang dihasilkan lebih akurat.

2. Bagi Universitas

Perlu adanya peningkatan bagi pihak kampus dalam memberikan pemahaman dan pelatihan kepada mahasiswa agar mahasiswa lebih berminat untuk berwirausaha. Selain itu pihak kampus juga harus berupaya mendorong mahasiswa agar memanfaatkan fasilitas yang ada sebagai sarana untuk belajar terjun dalam dunia wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman dan Rizki Yudhi Dewantara. 2017. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Beli Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z")*. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Vol. 52 No. 1*
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Baker, Michael J. 2012. *Marketing Strategy and Management*. London: Palgrave.
- Cashman, Shelly. 2014. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek.
- Chaffey, Dave. 2014. *E-Business and E-Commerce 3rd Edition* London: Prentice Hall.
- Evans, James. R; Lindsay, William. M. *An Introduction To Six Sigma & Process Improvement*. Salemba Empat, Jakarta, 2015.
- Garrett, JJ. 2011. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition*. Berkeley: California: New Riders.
- Gulo, W. 2012. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo

- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Heidrick dan Struggles CEO. 2015. China: China Marketing Press.
- Kasmir dan Jakfar. 2015. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi-2. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Latan, H., & Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi*
- Masruroh, Subagyo dan Bastian, Indra. 2018. *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Mac Lennan, D. N dan Simmonds, E. J. 2015. *Fisheries Acoustic*. Chapman and Hall.
- Mockler, Robert J. 2016. *Knowledge-based System for Strategy Planning*. Prentice Hall.
- Monroe, K. B. 2015. Some Personal Reflections on Pricing Research. *Review of Marketing Research*, 8, 209–241.
- Najmudin. 2011. *Manajemen Keuangan*. Purwokerto: Percetakan dan Penerbitan Unsoed
- Nurhayati, Ratih MS. 2012. *Metodologi Penelitian Praktis*. Pekalongan: Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan.
- Pearson, McLeod. 2012. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta.
- Ridwan, Sanjaya dan Tarigan, J. 2016. *Creative Digital Marketing*, Elex Media Komputindo.
- Ruauw, Eyverson. 2011. Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada Usaha Grenda Bakery Lianli, Manado. *Jurnal ASEAN*.
- Satzinger, JW, RB Jackson, dan SD Burd. 2010. *System Analysis And Design in A Changing World*. Boston: Course Technology.
- Solihin, M., & Ratmono, D. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPPL 3.0*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Stephen Joewono dan Wahyu Ramadoni. 2019. *Pengaruh Tampilan Antar Muka Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Go-Food Dikota Malang Dan Surabaya)* *Jurnal Ilmiah STIE IBMT Surabaya*, Vol. 16, No.1.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2011. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Andi Offset. Yogyakarta
- Timothy, James. 2010. *Membangun Bisnis Online*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- Traver, C, K, Laudon. 2014. *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson.
- Whitney, F.L. 2012. *The Elements of Resert*. Asian Eds. Osaka: Overseas Book Co.
- William J, Satanton. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Wong, Joni. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Yuniarti, Y. 2016. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB)*.

Tesis Tidak Diterbitkan. Program Gelar Magister Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.