

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang telah didapatkan melalui tahap implementasi adalah produk telah dibuat sesuai dengan data preferensi pelanggan atau bisa disebut *Voice Of Customer*, dapat diterima pasar dengan baik dengan tingkat ketertarikan terhadap produk baru yang dirancang sebesar 92,13%. Selain itu melalui tahap implementasi juga diketahui bahwa batasan penelitian berupa tidak adanya penambahan inventori mesin produksi serta tenaga kerja dapat terpenuhi. Maka dari itu karena telah terpenuhi nya batasan masalah serta tujuan penelitian yang diukur menggunakan *Critical Success Factor*, usulan solusi berupa perancangan produk baru dapat dan layak untuk dijalankan. Hal ini memiliki arti bahwa produk sudah sejalan dengan atribut desain yang didapatkan melalui data preferensi pelanggan riset pasar.

7.2. Saran

Solusi perancangan produk dalam penelitian ini menggunakan banyak variabel seperti data preferensi pelanggan yang didapatkan melalui pengumpulan *Voice Of Customer*. Dikarenakan preferensi pelanggan merupakan hal yang dapat berubah-ubah maka di masa depan dapat dilakukan proses riset pasar kembali jika dinilai input penjualan atau penerimaan produk di pasar mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Standarku. (2020). Metode Standar Voice of Customer. <https://standarku.com/metode-standar-voice-of-customer/> . diakses pada tanggal 20 Februari 2023.
- Andra, A.P. (2020). Perbaikan Kemasan Geplak dengan Metode Kansei Engineering pada UMKM Geplak Bantul Bu Warti. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Anjasari, N.P. (2017). Riset Pasar Produk Piemirsa. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Atsari, I.D., Wibowo, C., & Sucipto. (2019). Penilaian Rancangan Bakpia Berbentuk Rantang Menggunakan Metode Quality Function Deployment. Skripsi pada Jurusan Teknologi Industri Pertanian. Universitas Brawijaya Malang.
- Aweru, O. (2020). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Marketing Mix dan Quality Function Deployment pada Kopi Ruang Bersama. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Budi, W.S. (2020). Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Marketing Mix pada Retailer Sapi Potong. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Rekayasa Industri. Universitas Telkom Bandung.
- Christodoulides, G., & Chernatony, L. (2009). Consumer Based Brand Equity Conceptualisation and Measurement. *International Journal of Market Research*. 52(1). 43-66.
- Dana, I.G. & Suci, N.M. (2021). Analisis Faktor yang Menyebabkan Penurunan Penjualan di BUMdes di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akutansi dan Humanika*. 11(3). p. 397.
- David, F.R. (2017). *Strategic Management : A Competitive Advantage Approach*. Pearson.
- Dennison, D. & Doman, M. (1997). *Market Research Made Easy*. (2th ed). Canada : International Self Councel Press Ltd.
- Dinas Pariwisata DIY. (2022). *Statistik Kepariwisataaan DIY 2021*. Tim Penyusun. Yogyakarta. pp. 68-80.

- Fuad, N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Ritel. Skripsi pada Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gabrielsen, G.T.K., & Zaichkowsky, J.L. (2008). Priming Designer and Shifting Preferences. *International Journal of Market Research*. 52(1). 89-110.
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. Penguin Books Limited.
- Karunia, A. & Yasmin, A. (2021). Riset Pasar terhadap Inovasi Produk di Tengah Pandemi Covid-19 pada IKM Kota Tegal (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah 3Gen). *Jurnal MONEX*. 10(2). pp. 156-159.
- Karlina, L.K. (2021). Pengembangan Produk Baru di Industri Logam PT.X. Skripsi pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri. Institut Sepuluh Nopember Solo.
- Khuriyati, T. (2013). Faktor-faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan pada Industri Kerajinan Monel di Desa Kriyan Kabupaten Jepara. Skripsi di Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. (12th ed.). Jakarta : PT. Index.
- Kusumawati, A.S. (2010). Riset Pasar Cokelat Praline dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Laboratorium Analisis Data dan Kualitas. (2020). Teorema Limit Pusat dalam Ilmu Statistik. [https://lab_adrk.ub.ac.id/id/teorema-limit-pusat-dalam-ilmu-statistik/#:~:text=Teorema%20limit%20pusat%20\(%E2%80%9Ccentral%20limit,semua%20sifat%2Dsifat%20distribusi%20normal](https://lab_adrk.ub.ac.id/id/teorema-limit-pusat-dalam-ilmu-statistik/#:~:text=Teorema%20limit%20pusat%20(%E2%80%9Ccentral%20limit,semua%20sifat%2Dsifat%20distribusi%20normal). diakses pada tanggal 10 Maret 2023.
- Malhotra, N.K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Vol. 1. Jakarta : PT. Index.
- Mas'ari, A., Hamdy, M.I., & Safira, M.D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2). pp. 79-81.
- Muharo, S. (2020). Penerapan Metode QFD dan AHP dalam Perancangan Desain Mesin Teknologi Tepat Guna Produksi Kue Pudak, Skripsi pada Program Studi Teknik Mesin. Universitas Wijaya Putra Surabaya.
- Natalia, D. (2010). Analisis Pengaruh Motivasi Pelanggan Terhadap Keputusan Membeli Makanan di Pizza Hut Rukan Ujung Menteng. Skripsi pada

Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.

Rusmini, (2013). Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respons Pelanggan, *Jurnal Pengembangan Humaniora*. 13(1). pp. 73-79.

Sanusi, C.E.P. (2021) Pengembangan Desain Jewelry Bermotif Batik Indonesia di Naruna Ceramic Studio. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sari, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh Studi Kasus Merek Dhapu Kupu. Skripsi pada Program Studi Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Setyabudi, D. (2008). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan pada Toserba Lestari Baru di Gemolong. Skripsi pada Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Simun, S. & Su, M.D.P. (2008). Kansei/Affective Engineering Design, Departement of Management and Engineering. Linkoping University of Service Management. Sweden.

Stefen, Y. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik, dan Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kampoeng Kita. Skripsi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta.

Sukmaningsih, N. & Asih, A.M.S. (2020). Kansei Engineering, Quality Function Deployment. dan Product Development. Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. pp. 104-108.

Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Susanto, R.D. (2021). Usulan Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Endang. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Walyukris, D. (2021). Usulan Strategi Peningkatan Penjualan untuk Oiishi Bento. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Wardana, B.A.W. (2021) Pengembangan Produk Kitchenware Scrapper Silicon Medium di CV. Karya Wahana Sentosa. Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yusi, D.I., Laksono, M.S., & Syarudin, B. (2014). Integrasi Quality Function Deployment dan Conjoint Analysis untuk Mengetahui Preferensi Pelanggan. Skripsi pada Jurusan Teknik Industri. Fakultas Teknologi Industri. Institut Sepuluh Nopember Solo.

