

Adaptasi *Quality Function Deployment (QFD)* Guna Peningkatan Penjualan Mengatasi Daya Saing Industri Kecil “Latifah Craft” Kota Kediri

Titin Trimintarsih¹, Munir Maliki²

Universitas Wahidiyah, Kediri

¹trimintarsihtitin@gmail.com, ²munirmaliki@uniwa.ac.id

ABSTRACT

Knitting is a work of art that can be sold in the market, so producers get sales turnover. However, the industrial house "Latifah Craft" has an obstacle, namely the decline in sales of its products. This research aims to increase product sales in an effort to increase sales turnover and maximize profits. This is quantitative descriptive research with the science method as a data analysis technique and then integrated into the QFD method to obtain a sales increase strategy design. The result of this study is to recommend companies provide more frequent discounts and review pricing policies; conduct market research effectively and continuously to obtain more complete information about the market and competitors; optimize inventory management by conducting discussions with suppliers and recruiting competent employees in their fields; hold seminars or work motivation training regularly and periodically; increase production capacity by increasing the number of looms and raw material stocks; and recruit experienced and competent employees. In the field of marketing, implementing a reward and punishment system to improve employee performance and providing additional working hours or overtime systems for employees, accompanied by rewards for employees who are willing to increase their working hours,

Keywords: *Quality Function Deployment, Product Sales, Competitiveness*

ABSTRAK

Rajut merupakan karya seni yang bisa terjual di pasaran, sehingga para produsen memperoleh omzet penjualan. Tetapi rumah industri “Latifah Craft” memiliki kendala yaitu menurunnya penjualan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk sebagai upaya untuk menaikkan omzet penjualan serta memaksimalkan keuntungan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode IPA sebagai teknik analisis data dan kemudian diintegrasikan ke dalam metode QFD untuk mendapatkan rancangan strategi peningkatan penjualan. Hasil dari penelitian ini yaitu merekomendasikan perusahaan untuk memberikan diskon yang lebih sering dan meninjau kembali kebijakan harga, melakukan riset pasar secara efektif dan kontiniu untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pasar dan pesaing, mengoptimalkan manajemen persediaan dengan melakukan diskusi dengan pemasok dan merekrut karyawan yang kompeten di bidangnya, mengadakan seminar atau

pelatihan motivasi kerja secara rutin dan berkala, meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah jumlah alat tenun, stok bahan baku dan menambah jumlah karyawan, merekrut karyawan yang berpengalaman dan berkompeten di bidang marketing, menerapkan sistem reward and punishment untuk meningkatkan kinerja karyawan, dan memberikan penambahan jam kerja atau sistem lembur pada karyawan disertai pemberian reward bagi karyawan yang bersedia menambah jam kerja mereka.

Kata Kunci: *Quality Function Deployment., Penjualan Produk, Daya Saing*

PENDAHULUAN

Produk berupa rajut digemari oleh kaum hawa, karena bentuknya, warna, dan modelnya beraneka rupa. Kita bisa mempunyai produk tersebut tanpa ada seorangpun yang menyamai, Hal inilah yang membuat produk rajut nampak eksklusif.

Produk rajut tidak hanya berupa tas saja, tapi bisa baju, sepatu, kaos kaki, dompet dan aneka rupa lainnya bisa dibuat dengan berbahan dasar benang ini.

Penelitian ini dilakukan di salah satu rumah produksi rajut terbesar di Kota Kediri yaitu "Latufah Craft" yang berada di Kelurahan Dandangan Kota Kediri

Karena pembuatan rajut yang bisa dibuat istimewa tanpa ada orang bisa menyamai maka makin banyak pengrajin yang menghasilkan produk berbahan dasar rajut ini. Untuk itu persaingan penjualan produk rajut juga semakin tajam, Karena itu banyak pengrajin yang melakukan diversifikasi model rajut.

Namun, kadang kreatifitas terhenti jika tidak diiringi dengan penjualan. Untuk itulah pentingnya *marketing*. Penjualan adalah pemindahan hak milik terhadap barang maupun jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati (Raffiansyah, 2015). Penjualan menjadi sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena nilai keuntungan ataupun kerugian yang diperoleh dari aktivitas penjualan menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang lebih tepat agar dapat memaksimalkan penjualan dan bersaing dengan produk sejenis lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian guna meningkatkan penjualan produk sebagai upaya untuk menaikkan *omzet* penjualan serta memaksimalkan keuntungan perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui data sebagai berikut

Tabel 1. Data Penjualan Rajut

BULAN	PRODUK TERJUAL (UNIT)
Juni	70
Juli	65
Agustus	65
September	60

Sumber: Wawancara dengan pemilik perusahaan, 2023

Menurunnya penjualan berdampak pada menurunnya *omzet* perusahaan. Akan tetapi hingga saat ini home industri ini belum melakukan tindakan khusus untuk menangani masalah tersebut. Padahal usaha rajut sedang menghadapi persaingan yang ketat dan perusahaan pesaing saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar yang optimal. Perusahaan juga belum mempunyai acuan mengenai selera atau keinginan konsumen terhadap produk mereka. Terlebih selera konsumen sangat berpengaruh terhadap peningkatan maupun penurunan penjualan. Maka dari itu hal-hal tersebut dapat menjadi penyebab turunnya penjualan produk.

Importance Performance Analysis (IPA) dan *Quality Function Deployment (QFD)* adalah dua metode yang berhubungan erat dalam proses penjualan produk. Kedua metode ini digunakan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi standar kualitas yang diinginkan.

Pertama-tama dilakukan analisis metode *IPA* yaitu dari hasil survey keinginan konsumen dan kinerja perusahaan, dengan atribut pertanyaan berdasarkan dimensi kualitas produk. *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan sebagai alat bantu untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan dan untuk mengetahui skala prioritas perbaikan penjualan. Selanjutnya metode *Quality Function Deployment (QFD)* yang digunakan untuk menyusun strategi perbaikan penjualan produk berdasarkan identifikasi input keinginan konsumen.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Haris dan Bambang (2016) yang berjudul “ Analisis Peningkatan Kualitas Produk Batik Menggunakan Pendekatan *Quality Function Deployment (QFD)*” Studi Kasus Batik BL di Pekalongan”, diperoleh hasil bahwa penerapan *QFD* berpengaruh menghasilkan kepuasan pelanggan yang

cukup baik, sedangkan hasil dari matriks *House of Quality (HOQ)* dalam penerapan QFD bahwa perlu adanya pengembangan produknya Batik BL di Pekalongan.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Broto dan Juwita (2018) yang berjudul “Adaptasi Modular Quality Function Deployment Untuk Pengembangan Konsep Produk Baru Sebagai Peningkatan Daya Saing Industri Kecil dengan kesimpulan peningkatan jumlah variasi produk; penambahan peningkatan jumlah variasi produk; penambahan jumlah toko disertai akses dan pemilihan lokasinya; gabungan antara karakteristik harga dan bahan; dan gabungan antara karakteristik pemilihan *supplier*, diferensiasi produk, saluran pemasaran.

Penelitian yang serupa juga dilakukan Febliidyanti (2019) dengan judul penelitian “Analisis Peningkatan Penjualan Produk PH Meter dengan Metoda *Quality Function Deployment (QFD)*”. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa penerapan *QFD* berpengaruh untuk menghasilkan jasa dan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di PT. Pratama Graha Semesta (PGS).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* digunakan untuk menentukan sampel dari populasi tak diketahui. Dari rumus tersebut diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Metode *IPA* akan diintegrasikan kedalam metode *QFD*. Dan observasi dilakukan untuk mengamati dan meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi kemudian digunakan untuk membuktikan kebenaran dari desain penelitian yang sedang dilakukan. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah instrumen wawancara dan kuesioner, dimana kuesionernya diukur dengan skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner

Pada penelitian ini digunakan satu jenis kuesioner untuk metode *IPA*. Terdapat 20 atribut pertanyaan mengenai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan yang disesuaikan dengan dimensi kualitas produk dengan pilihan jawaban yaitu skala *Likert* 1-5. Kuesioner disebarakan kepada 100 responden pengguna *ecoprint RJ* melalui link google formulir.

Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas perlu dilakukan untuk mengetahui bahwa kuesioner dapat digunakan untuk melakukan pengukuran. Setelah dilakukan uji validitas menggunakan program *SPSS* diperoleh hasil data penelitian ini **VALID** semua.

Uji Reabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas perlu dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran terhadap konsep pengukuran yang dilakukan. Setelah dilakukan uji reabilitas menggunakan program *SPSS* diperoleh hasil data penelitian ini **RELIABEL** semua.

Menentukan Skor Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Langkah awal sebelum membuat diagram *IPA* adalah menghitung nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan kepuasan untuk setiap atribut pertanyaan dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Tabel 2. Nilai \bar{X}_i dan \bar{Y}_i IPA

No	Atribut Pertanyaan	$\sum X_i$ (Kepuasan Kinerja)	$\sum Y_i$ (Tingkat Kepentingan)	\bar{X}_i	\bar{Y}_i
1	X1	421	438	4,21	4,38
2	X2	432	435	4,32	4,35
3	X3	440	456	4,40	4,56
4	X4	438	452	4,38	4,52
5	X5	426	434	4,26	4,34
6	X6	425	433	4,25	4,33
7	X7	430	431	4,30	4,31
8	X8	428	425	4,28	4,25
9	X9	421	422	4,21	4,22
10	X10	426	426	4,26	4,26
11	X11	447	460	4,47	4,60
12	X12	450	460	4,50	4,60
13	X13	392	439	3,92	4,39
14	X14	428	432	4,28	4,32
15	X15	428	425	4,28	4,25
16	X16	403	441	4,03	4,41
17	X17	426	430	4,26	4,30
18	X18	429	435	4,29	4,35
19	X19	397	431	3,97	4,31
20	X20	427	426	4,27	4,26
	Σ			85,14	87,31

Sumber: Data di olah, 2023.

Menentukan Garis Perpotongan Kuadran

Langkah selanjutnya yaitu perhitungan garis perpotongan kuadran yang dapat dilihat dibawah ini:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

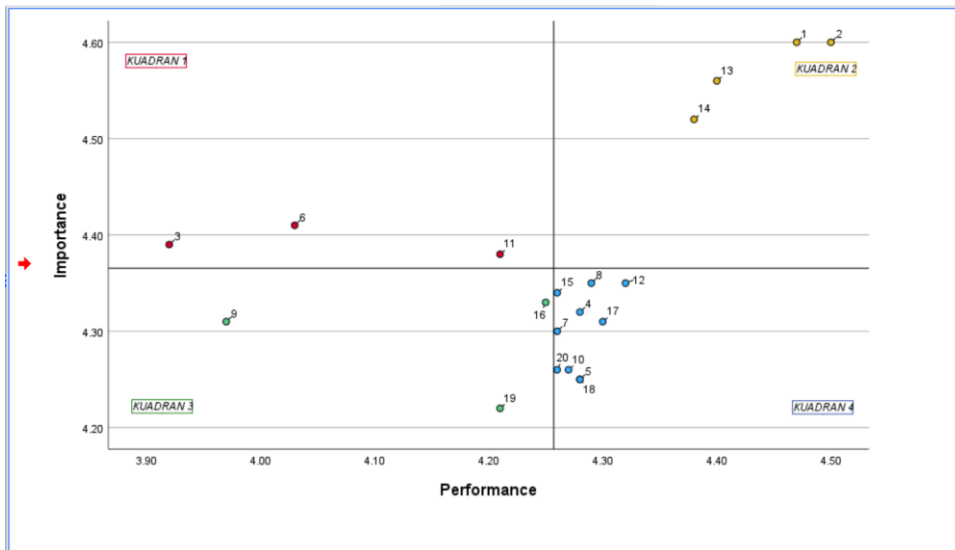
$$\bar{X}_i = \frac{85,14}{20} ; \bar{X}_i = 4,25$$

$$\bar{Y}_i = \frac{87,31}{20} ; \bar{Y}_i = 4,36$$

Nilai $\bar{X}_i = 4,25$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yaitu sumbu yang mencerminkan tingkat *performance*. Sedangkan nilai $\bar{Y}_i = 4,36$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yaitu sumbu yang mencerminkan tingkat *importance*.

Analisis Diagram IPA

Nilai-nilai \bar{X}_i dan \bar{Y}_i seperti pada tabel 6 kemudian dijadikan sebagai titik koordinat tiap-tiap atribut pertanyaan kedalam diagram *IPA* yang terbentuk dari garis perpotongan kuadran antara $X = 4,25$ dan $Y = 4,36$ seperti dalam persamaan \bar{X}_i dan \bar{Y}_i . Dari diagram ini kemudian dapat diketahui sebaran dari atribut-atribut pertanyaan yang kemudian dapat digolongkan sesuai dengan analisa metode *IPA*.



Dari diagram *IPA* tersebut dapat dilihat sebaran atribut-atribut pertanyaan di empat kuadran *IPA* yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Atribut pertanyaan 3,6,11, masuk kedalam kuadran I dimana responden menganggap atribut-atribut pertanyaan tersebut penting, tetapi kinerja perusahaan masih dibawah rata-rata sehingga perusahaan perlu melakukan perbaikan. Atribut-atribut pertanyaan inilah yang akan menjadi masukan perbaikan selanjutnya menggunakan metode *QFD*.
2. Atribut pertanyaan 1,2,13,14, masuk kedalam kuadran II dimana atribut-atribut pertanyaan ini dianggap penting oleh responden, dan indeks kinerja perusahaan

sudah berada di atas rata-rata atau dianggap memuaskan, sehingga kinerja perusahaan perlu dipertahankan.

3. Atribut pertanyaan 9,19,16, masuk kedalam kuadran III dimana indeks kinerja perusahaan pada atribut-atribut pertanyaan ini rendah, sedangkan tingkat kepentingannya juga dibawah rata-rata. Atribut-atribut pertanyaan yang masuk kedalam kuadran ini bukan berarti tidak perlu diperhatikan, tetapi tingkat prioritasnya rendah.
4. Atribut pertanyaan 4,5,7,8,10,12,15,17,18,20, masuk ke dalam kuadran IV dimana indeks kinerja perusahaan diatas rata-rata, sedangkan tingkat kepentingannya dibawah rata-rata sehingga dianggap berlebihan. Atribut-atribut pertanyaan yang masuk ke dalam kuadran ini bukan berarti tidak berguna, tetapi sebaiknya diprioritaskan untuk mengalihkan sumber daya supaya memperbaiki atribut-atribut pertanyaan yang masuk kuadran I.

Berdasarkan analisa diagram *IPA* di atas dapat diketahui atribut-atribut pertanyaan yang perlu dilakukan perbaikan sekaligus menjadi masukan perbaikan selanjutnya dengan metode *QFD*.

Tabel 3. Masukan Perbaikan

No	Keinginan Konsumen
1	Kehandalan marketing dalam menjual produk
2	Penawaran diskon atau promo pembelian
3	Harga

Menentukan Nilai *Goal*

Goal merupakan target peningkatan dari penelitian kompetitif konsumen atau level performansi yang ingin dicapai perusahaan / institusi untuk memenuhi keinginan konsumen. Nilai *goal* dapat dilihat dalam gambar 3.

Menghitung *Improvement Ratio*

Improvement Ratio digunakan untuk menunjukkan besarnya perbaikan yang harus dilakukan perusahaan. Nilai *improvement Ratio* dapat dilihat dalam gambar 3.

Menentukan *Sales Point*

Sales Point merupakan keinginan konsumen yang dijadikan sebagai nilai jual atau nilai lebih yang akan mempengaruhi kompetisi di pasar. Nilai *sales point* dapat dilihat dalam gambar 3.

Menghitung *Raw Weight*

Raw Weight merupakan nilai keseluruhan dari data-data yang dimasukkan dalam *planning matrix* tiap kebutuhan konsumen untuk proses perbaikan selanjutnya dalam pengembangan produk. Nilai *raw weight* dapat dilihat dalam gambar 3.

Menghitung *Normalized Raw Weight*

Normalized Raw Weight merupakan nilai dari *Raw Weight* yang dibuat dalam bentuk persentase atau skala antara 0-1. Nilai *normalized raw weight* dapat dilihat dalam gambar 3.

Kebutuhan Teknis dan Target Kebutuhan Teknis

Keinginan konsumen kemudian diterjemahkan kedalam kebutuhan teknis agar lebih menspesifikasikan sebuah desain umum. Agar kebutuhan teknis tersebut lebih terukur dan lebih terarah untuk pengembangan selanjutnya, maka kebutuhan teknis harus memiliki target yang harus dicapai.



Tabel 4. Kebutuhan Teknis dan Target Kebutuhan Teknis

No	Keinginan Konsumen	Kebutuhan Teknis	Target
1	Kehandalan marketing dalam menjual produk	Peningkatan skill marketing	Lebih handal dan professional
2	Penawaran diskon atau promo pembelian produk	Pemberian diskon atau promo	Lebih sering memberikan diskon atau promo
3	Harga	Kesesuaian harga	Lebih terjangkau

Hubungan Kebutuhan Teknis dan Respon Teknis

1. Kebutuhan teknis memiliki hubungan kuat dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 9 dan disimbolkan dengan ●
2. Kebutuhan teknis memiliki hubungan sedang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 3 dan disimbolkan dengan ○
3. Kebutuhan teknis memiliki hubungan lemah dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 1 dan disimbolkan dengan Δ

Sedangkan respon teknis digunakan untuk menggambarkan hubungan antara kebutuhan teknis yang dibagi menjadi empat, yaitu:

1. Hubungan kuat positif yang disimbolkan dengan 
2. Hubungan positif yang disimbolkan dengan +
3. Hubungan negatif yang disimbolkan dengan -
4. Hubungan kuat negatif yang disimbolkan dengan 

Atribut	Tingkat Kepentingan			
		+	-	
		Peningkatan skill marketing	Pemberian diskon atau promo	Kesesuaian harga
Kehandalan marketing dalam menjual produk baju tenun	4,39	●	○	▲
Penawaran diskon atau promo pembelian baju tenun	4,41	▲	●	○
Harga dari baju tenun	4,38		○	●

Matriks Hubungan	
●	Hubungan Kuat
○	Hubungan Sedang
▲	Hubungan Lemah

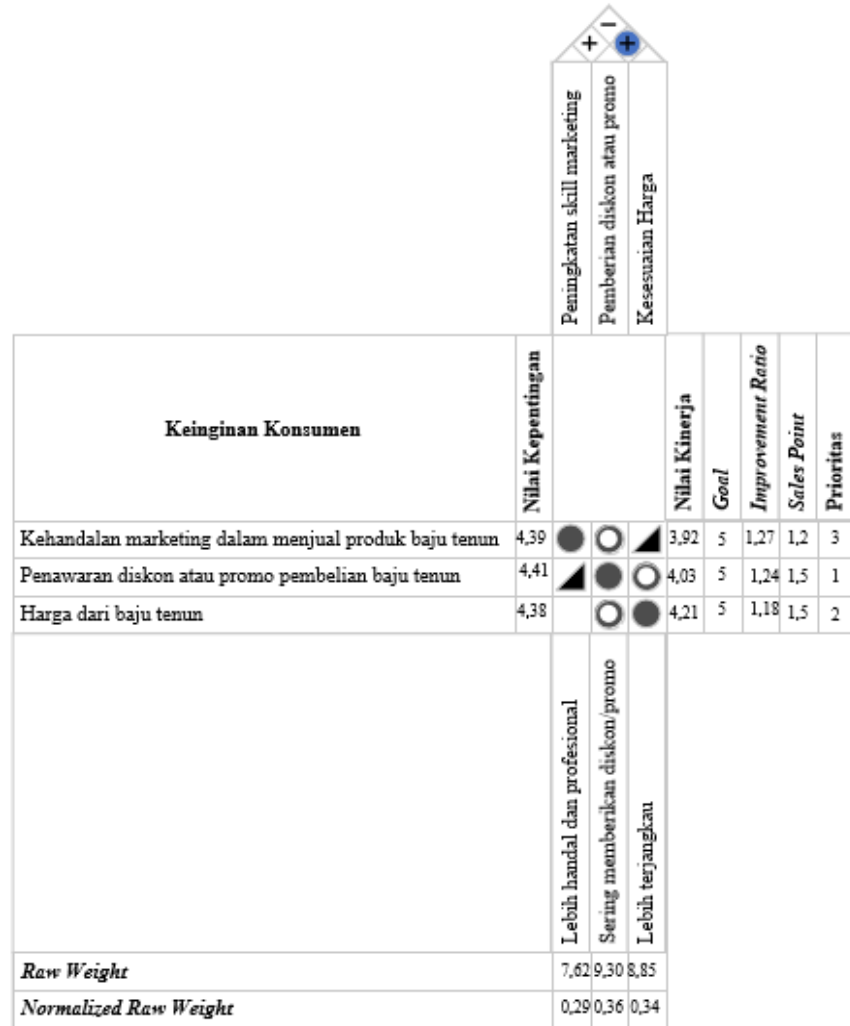
Respon Teknis	
⊕	Kuat Positif
+	Positif
-	Negatif
⊖	Kuat Negatif

Gambar 2. Matriks Hubungan dan Respon Teknis

Penentuan Prioritas

Penentuan ini menunjukkan urutan prioritas yang akan dikembangkan atau diperbaiki lebih dulu oleh perusahaan berdasarkan kebutuhan teknis. Nilai prioritas dapat dilihat dalam gambar 3.

Analisis *House Of Quality* (HOQ)



Gambar 3. Analisis *House of Quality*

Berdasarkan analisa *HOQ* terpilih tiga kebutuhan teknis dengan nilai prioritas kebutuhan terbesar, mewakili keinginan konsumen dan dengan prospek pengembangan yang memungkinkan yaitu:

1. Pemberian diskon atau promo
2. Kesesuaian harga
3. Peningkatan skill marketing.

Matrik Part Deployment

Matrik *part deployment* berisi kebutuhan teknis yang telah terpilih dari hasil matrik *HOQ* yang akan dikembangkan agar menjadi lebih kritis dan spesifik lagi.

Kebutuhan Teknis	Target		<i>Critical Part Requirement</i>							
			Penyesuaian kebijakan perusahaan	Peningkatan kapasitas produksi	Pengoptimalan manajemen persediaan	Riset pasar	Penambahan jam kerja	Rekrutmen karyawan berpengalaman	Seminar/pelatihan motivasi kerja	Sistem <i>reward and punishment</i>
Pemberian diskon/promo	Lebih sering memberikan diskon/promo	9	9	9	9	9		1	3	1
Kesesuaian harga	Lebih terjangkau	8	9	1	3	9		1		
Peningkatan skill marketing	Lebih handal dan profesional	7	9				9	9	9	9
			216	89	105	153	63	80	90	72
		Bobot Kolom Nomor Kolom	1	5	3	2	8	6	4	7

Gambar 4. Matrik Part Deployment

Berdasarkan matrik tersebut diperoleh hasil urutan prioritas perbaikan yang harus dilakukan perusahaan yaitu:

1. Penyesuaian kebijakan perusahaan
2. Riset pasar
3. Pengoptimalan manajemen persediaan
4. Seminar/pelatihan motivasi kerja
5. Peningkatan kapasitas produksi
6. Rekrutmen karyawan berpengalaman
7. Sistem *reward and punishment*
8. Penambahan jam kerja.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis *IPA* yang kemudian diintegrasikan kedalam *QFD*, diperoleh solusi konkrit untuk mengatasi permasalahan yang ada. Solusi ini dapat digunakan sebagai strategi peningkatan penjualan produk rajut sekaligus menjawab rumusan masalah penelitian. Rancangan strategi yang diusulkan adalah memberikan diskon yang lebih sering dan meninjau kembali kebijakan harga, melakukan riset pasar secara efektif dan kontiniu untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pasar dan pesaing, mengoptimalkan manajemen persediaan dengan melakukan diskusi dengan pemasok dan merekrut karyawan yang kompeten di bidangnya, mengikuti seminar atau pelatihan motivasi kerja secara rutin dan berkala, meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menambah stok bahan baku dan menambah jumlah karyawan, merekrut karyawan yang berpengalaman dan berkompoten di bidang marketing, menerapkan sistem *reward and punishment* untuk meningkatkan kinerja karyawan, dan memberikan penambahan jam kerja atau sistem lembur pada karyawan disertai pemberian *reward* bagi karyawan yang bersedia menambah jam kerja mereka.
2. Dari hasil rancangan strategi peningkatan penjualan tersebut dapat dilakukan pengajuan rekomendasi perbaikan kepada pemilik usaha guna meningkatkan penjualan. Rekomendasi perbaikan penjualan yang diusulkan adalah penyesuaian kebijakan perusahaan, riset pasar, pengoptimalan manajemen persediaan, mengikuti seminar/pelatihan motivasi kerja, peningkatan kapasitas produksi, rekrutmen karyawan berpengalaman, penerapan sistem *reward and punishment*, serta penambahan jam kerja karyawan.

REFERENCE

- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Afidah, B. N., & Zunaidi, A. (2022). Sharia Bank's Directing Management Strategy for Improving Employee Performance. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 642–655. Retrieved from

- <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/290>
- Alfandi, M., Ribie, M. F., Fitria, M. L., Wahyuni, M. T., Zunaidi, A., Mochamad Alvido Zakaria, & Hidayah, I. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai e-Katalog Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 567–573. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i3.725>
- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 167–188. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/216>
- Fai. (2022). *Metode Kuantitatif Adalah*. Dalam umsu.ac.id, 08 November 2022.
- Feblidiyanti, N. (2019). *Analisis Peningkatan Penjualan Produk PH Meter dengan Metoda Quality Function Deployment (QFD)*. (Studi Kasus pada PT. Pratama Graha Semesta (PGS)). Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(3), 73–92.
- Hakim, L., Asghori, A. A., Khusnun, M. S., Zunaidi, A., & Yanto, R. D. (2023). Pendampingan Penyaluran Dana Ziswaf Lembaga Kotak Amal Indonesia pada Program Roadshow Sekolah Bakat di Desa Blimbing, Mojo, Kediri . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 228–234. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.514>
- Hobvi, A. L. J., & Zunaidi, A. (2022). Implementation Of Compliance Management In The Sharia Banking Sector. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 346–362. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/260>
- Kurniasari, R., & Zunaidi, A. (2022). Analisa Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Return On Asset (ROA). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 708–742. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/305>
- Leni, I. M., & Zunaidi, A. (2022). Indonesia’s Islamic Banking Strategy For Sustaining Financial Operations During The Pandemic. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 40–49. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/214>
- Novianti, T. (2013). *Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk pada Cokro Tela Cake, Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Purnomo, W., Riandadari, D. (2015). *Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik*.
- Priyanti, E. D., Zunaidi, A. ., & Maghfiroh, F. L. . (2022). The Significance of Risk Management in Reducing Losses and Strengthening The Institutional Structure of Islamic Financial Institutions. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and*

- Philanthropy*, 1(1), 1–24. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/234>
- Raffiansyah, J.C. (2015). *Pentingnya Penjualan dalam Perusahaan Manufaktur*. Dalam Kompasiana, 06 November 2015.
- Rachmalia, G., Zunaidi, A., & Maghfiroh, F. L. (2022). Analysis Of Sharia Banking's Strategy In Facing Technology In The Digital Era. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 422–435. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/262>
- Setiawan, G., Achmadi, F., & Vitasari, P. (2018). *Analisis Peningkatan Penjualan Produk Kain Tenun Ikat dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Dalam Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri (Vol. 4, Issue 1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Septiana, P., Zunaidi, A., & Lailatul Maghfiroh, F. (2022). The Sharia Supervisory Board's (DPS) Role in Sharia Compliance in Sharia Banking. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 124–134. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/227>
- Tommy Wijaya. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Penjualan Martabak Atet*. Skripsi. Universitas IBA Palembang.
- Tiana, R. Z., & Zunaidi, A. (2022). Kualitas Portofolio Pembiayaan : Analisa Tentang Pengaruh Pembiayaan Pada Perubahan Laba Bank Syariah. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2), 604–627. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/276>
- Wiguna, F. A., & Putera Permana, E. (2019). *Dinamika Industri Tenun Ikat ATBM Bandar Kidul Kediri Jawa Timur*. 6, 120–126. <https://doi.org/10.29407/e.v6i2.13670>.
- Yulita, A. (2016). *Analisis non Linearitas*. 7–27.