

**PENINGKATAN KUALITAS PRODUK *BOOTH DISPLAY* MENGGUNAKAN
METODE *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)* DAN
PERANCANGAN *TOOL* DESAIN PRODUK MENGGUNAKAN
*MORPHOLOGICAL CHART***

¹Veronica Okta Marcelinawati, ²Anita Indrasari

^{1,2}Program Studi S1 Teknik Industri, Universitas Setia Budi, Jalan Letjend Sutoyo, Mojosongo, Jebres,
Surakarta, 57127

e-mail: [1marcelveronica0310@gmail.com](mailto:marcelveronica0310@gmail.com), [2anita.indrasari@gmail.com](mailto:anita.indrasari@gmail.com)

ABSTRACT

A company must provide quality products that can provide satisfaction to consumers. Therefore, it is crucial to know the consumer's desire to increase customer satisfaction. The objective of this research is to acquire the display booth's product specifications and to design a tool that contains alternative product designs that can help consumers make decisions for the display booth. The method used in this research is the Quality Function Deployment (QFD) method to determine product specifications based on consumer desires and the Morphological chart method for designing product design tools. Based on research using the QFD method, the product specifications of the display booth were obtained, namely, the product shape (8.31), raw materials (7.50), product size (6.11), completeness of product components (5.15), surface texture (2, 14), and color (0.99). These specifications are used for product design tools using the morphological chart method. The tools designed have five alternative designs for each product specification. Suggestions for further research should afford to use science and other approaches to improve product quality and redesign tools that can make it easier for consumers and companies.

Key words: *Morphological Chart, quality, Quality Function Deployment (QFD)*

ABSTRAK

Sebuah perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh spesifikasi produk booth display serta memperoleh tool yang berisi daftar alternatif desain produk yang dapat membantu konsumen mengambil keputusan dalam memutuskan desain yang diinginkan. Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode Quality Function Deployment (QFD) untuk menentukan spesifikasi produk berdasarkan keinginan konsumen serta metode Morphological chart untuk perancangan tool desain produk. Berdasarkan penelitian menggunakan metode QFD didapatkan spesifikasi produk booth display yaitu, bentuk produk (8,31), bahan baku (7,50), ukuran produk (6,11), kelengkapan komponen produk (5,15), tekstur permukaan (2,14), serta warna (0,99). Spesifikasi produk tersebut digunakan untuk merancang tool desain produk menggunakan metode morphological chart. Tool yang dirancang memiliki lima alternatif desain tiap spesifikasi produk. Saran untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat menggunakan ilmu serta metode lainnya untuk meningkatkan kualitas produk serta untuk perancangan tool yang dapat mempermudah konsumen maupun perusahaan.

Kata kunci: *kualitas, Morphological Chart, Quality Function Deployment (QFD)*

Pendahuluan

Perkembangan zaman yang semakin maju mempengaruhi berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya pada bidang perindustrian. Untuk dapat bertahan dalam persaingan di dunia industri, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah perusahaan memberikan kualitas produk yang tepat.

Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, atribut nilai lainnya (Kotler and Armstrong, 2004). Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu produk yang menyebabkan produk tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa produk diproduksi (Assauri, 2007). Kualitas produk merupakan faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Perusahaan DJ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang memproduksi *booth display* untuk barang-barang yang mempunyai berat 24 kg sampai dengan 100 kg seperti AC, kulkas, dll. Produk *booth display* diproduksi berdasarkan pesanan dari konsumen. Proses pemesanan produk *booth display* dilakukan dengan cara menelepon perusahaan secara langsung kemudian konsumen akan menjelaskan desain yang diinginkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan DJ dapat diketahui bahwa produk *booth display* yang diproduksi sering sekali tidak memenuhi apa yang diinginkan konsumen seperti yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk *booth display* AC oleh Perusahaan DJ

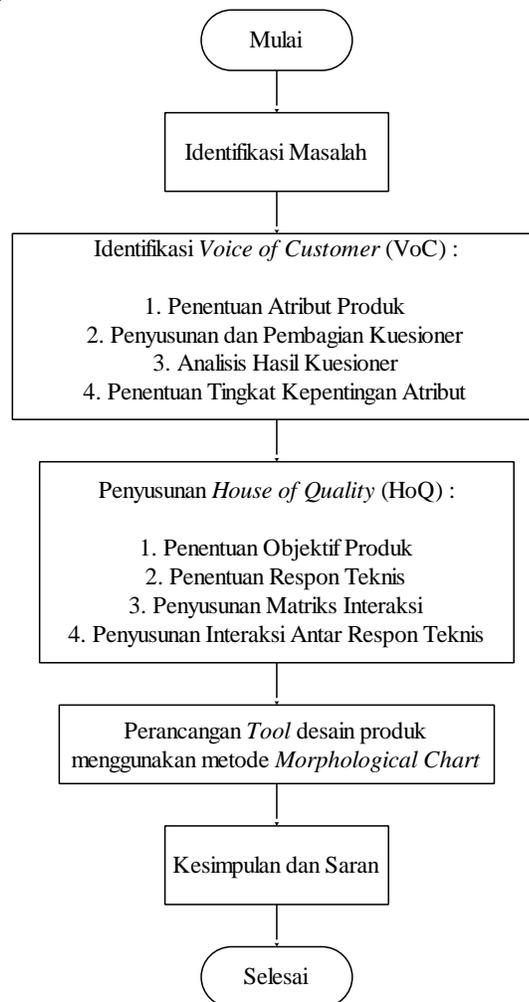
Pada Gambar 1 dapat diketahui bahwa produk *booth display* untuk AC yang diproduksi berbahan dasar kayu. Setelah konsumen menerima produk *booth display* tersebut, konsumen menyatakan bahwa produk memiliki ukuran yang tidak sesuai, barang-barang *display* tidak dapat diletakkan pada *booth*, *booth* terlalu berat untuk dipindahkan, dan lain sebagainya. Hal tersebut menyebabkan perusahaan harus mengulangi proses produksi untuk memenuhi keinginan konsumen. Selain itu, perusahaan tidak memiliki data pemesanan konsumen.

Suryaningrat, I.B. D. dan Ruriani, I. K. (2010) menyatakan bahwa identifikasi keinginan konsumen diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk yang akan diproduksi. Kualitas produk merupakan salah satu faktor terpenting dalam bersaing dengan produk-produk lain yang sejenis. Kualitas produk harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga penjualan produk dapat meningkat. Selain itu, Moldovan (2014) menyatakan bahwa mengenai banyaknya karakteristik yang berbeda dari produk serupa, pemilihan spesifikasi produk yang paling sesuai untuk kepuasan konsumen adalah faktor yang sangat penting. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap suatu produk untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Quality Function Deployment* (QFD). Metode QFD digunakan untuk menerjemahkan keinginan konsumen menjadi karakteristik produk (Chan and Wu, 2002). QFD adalah sebuah alat yang secara khusus ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan penyesuaian produk yang tepat (Moldovan, 2014). Melalui metode QFD dapat diketahui spesifikasi sebuah produk.

Perusahaan juga perlu merancang sebuah *tool* yang berisi daftar alternatif desain produk. *Tool* tersebut dapat dirancang menggunakan metode *morphological chart*. *Morphological chart* merupakan daftar analisa perubahan desain produk yang tersusun secara sistematis untuk mengetahui bagaimana desain dari suatu produk akan diproduksi (Yuliarty, 2013). Melalui *tool* tersebut konsumen dapat menentukan desain produk *booth display* yang diinginkan. *Tool* tersebut juga dapat membantu perusahaan melakukan rekam jejak pemesanan konsumen.

Metodologi Penelitian



Gambar 2. Flowchart Metodologi Penelitian

Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah terdiri dari studi lapangan dan studi pustaka. Studi lapangan dilakukan dengan observasi secara langsung di Perusahaan DJ. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi perusahaan serta mengetahui permasalahan yang dihadapi perusahaan. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari dasar teori dan ilmu yang relevan dengan masalah yang dibahas dan metode yang digunakan dalam penelitian. Referensi yang digunakan berasal dari buku serta jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dihadapi dan metode yang digunakan dalam penelitian.

Identifikasi Voice of Customer (VoC)

1. Penentuan Atribut Produk

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menentukan atribut produk antara lain dengan metode *ethnography*, *focus group discussion*, wawancara, dan lain sebagainya. Penentuan atribut produk dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan penelitian sebelumnya serta wawancara dengan pihak perusahaan .

2. Penyusunan dan Pembagian Kuesioner

Setelah atribut produk ditentukan, selanjutnya dilakukan penyusunan kuesioner. Kemudian kuesioner dibagikan kepada responden sebanyak 30 orang. Responden merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa Perusahaan DJ.

3. Analisis Hasil Kuesioner

Kuesioner yang telah terkumpul akan dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut telah valid dan dapat diandalkan.

4. Penentuan Tingkat Kepentingan Atribut

Setelah kuesioner dianalisis selanjutnya adalah menentukan tingkat kepentingan atribut. Tingkat kepentingan atribut ditentukan berdasarkan nilai rata-rata tiap atribut produk pada kuesioner. Kemudian diurutkan dari nilai tertinggi hingga terendah.

Penyusunan House of Quality (HoQ)

1. Penentuan Objektif Produk

Objektif produk ditentukan dengan melakukan perbandingan (*benchmarking*) antara produk *booth display* pesaing dengan produk Perusahaan DJ, mencari nilai *Importance Rate (IR)*, *Relative Importance Rate (RII)*, *Weight*, serta *% Weight*.

2. Penentuan Respon Teknis

Respon teknis diperoleh melalui subjektivitas atribut produk *booth display* yang diterjemahkan lebih terperinci.

3. Penyusunan Matriks Interaksi

Matriks interaksi atau matriks korelasi dibuat untuk mengetahui interaksi antara atribut produk *booth display* dengan respon teknis.

4. Penyusunan Interaksi Antar Respon Teknis

Interaksi antar respon teknis digambarkan dalam bentuk *House of Quality (HoQ)*.

Perancangan Tool desain produk menggunakan metode Morphological Chart

Tool dirancang berdasarkan hasil respon teknis yang tertera pada HoQ. *Tool* terdiri dari beberapa alternatif yang dapat membantu konsumen dalam menentukan rancangan desain sesuai keinginannya.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berisi jawaban dari tujuan penelitian. Bagian ini juga mencantumkan saran untuk penelitian selanjutnya.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan serta penelitian Huang, dkk (2011) diperoleh atribut produk *booth display* seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan Atribut Produk Booth display

NO	Pendapat/Statement	Atribut Produk
1.	Menginginkan <i>booth</i> dengan ukuran proporsional.	Dimensi Produk
2.	Menginginkan <i>booth</i> dengan harga terjangkau.	Harga Produk
3.	Menginginkan <i>booth</i> yang memiliki kualitas terjamin.	Kualitas Produk
4.	Menginginkan <i>booth</i> yang memiliki beberapa fitur pendukung.	Fitur/Kelengkapan Produk
5.	Menginginkan <i>booth</i> yang dapat menahan beban produk. Menginginkan <i>booth</i> yang awet/tidak mudah rusak.	Daya Tahan Produk
6.	Menginginkan <i>booth</i> yang menarik	Desain Produk
7.	Menginginkan <i>booth</i> yang nyaman.	Ergonomis

Berdasarkan Tabel 1 didapatkan tujuh atribut produk *booth display* yang akan digunakan sebagai pertimbangan dalam peningkatan produk *booth display* yaitu dimensi produk, harga produk, kualitas produk, fitur/kelengkapan produk, daya tahan produk, desain produk, serta ergonomis.

Tahap selanjutnya adalah penentuan tingkat kepentingan atribut. Tingkat kepentingan atribut didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pemesanan produk *booth display*. Jumlah responden dalam penentuan tingkat kepentingan atribut ini berjumlah 30 responden dengan total 30 data yang dapat dianalisa. Selanjutnya dilakukan uji validitas, dari hasil uji menunjukkan bahwa semua data valid karena r hitung $>$ r tabel. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas, dari hasil uji menunjukkan bahwa data reliabel karena nilai *cronbach alpha* $>$ 0,6. Berdasarkan hasil analisis kuesioner pada Lampiran 3 didapatkan tingkat kepentingan atribut dari urutan tertinggi ke terendah, yaitu :

1. Desain Produk – 4,57
2. Dimensi Produk – 4,53
3. Kualitas Produk – 4,32
4. Ergonomis – 4,27
5. Daya Tahan Produk – 4,03
6. Fitur/Kelengkapan Produk – 3,40
7. Harga Produk – 3,32

Setelah diketahui tingkat kepentingan atribut produk *booth display*, tahap selanjutnya adalah penentuan objektif produk untuk memperoleh nilai *Importance Rate* (IR), *Relative Importance Rate* (RII), *Weight*, dan %*Weight*. Nilai IR diperoleh dari hasil pembagian *target value* dengan *evaluation score*. Nilai RII diperoleh dari hasil rata-rata kepentingan atribut. Nilai *Weight* diperoleh dari IR dikali RII. Sedangkan untuk nilai %*Weight* diperoleh dari *Weight* dibagi dengan total *Weight* dikali 100. Penentuan objektif produk dapat dilihat pada Tabel 2. Keterangan nilai *benchmarking* pada Tabel 2 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Objektif Produk *Booth display*

NO	Atribut	Benchmarking				Evaluation score	Target value	IR	RII	Weight	%Weight
		1	2	3	4						
1	Desain produk					3	4	1,33	4,57	6,09	13,66
2	Dimensi produk					3	4	1,33	4,53	6,04	13,54
3	Kualitas produk					2	4	2,00	4,32	8,64	19,37
4	Ergonomis					3	4	1,33	4,27	5,69	12,76
5	Daya tahan produk					2	4	2,00	4,03	8,06	18,07
6	Fitur/Kelengkapan produk					2	3	1,50	3,4	5,10	11,43
7	Harga produk					2	3	1,50	3,32	4,98	11,16

Tabel 3. Keterangan Benchmarking

Warna	Arti	
	=	Evaluation score
	=	Target value

Tahap selanjutnya setelah penentuan objektif produk *booth display* adalah penentuan respon teknis. Respon teknis diperoleh melalui subjektivitas atribut produk yang diterjemahkan menjadi suatu hal yang bersifat lebih terperinci. Tabel 4 menunjukkan penentuan respon teknis untuk produk *booth display*.

Tabel 4. Penentuan Respon Teknis

NO	Atribut	Respon Teknis	NO	Atribut	Respon Teknis
1	Desain produk	Bahan baku	5	Daya tahan produk	Bahan baku
		Ukuran Produk			Bentuk produk
		Bentuk produk			Ukuran Produk
		Kelengkapan komponen produk			Tekstur permukaan
		Tekstur permukaan			Kelengkapan komponen produk
		Warna			Warna
2	Dimensi produk	Bentuk produk	6	Fitur/Kelengkapan produk	Bentuk produk
		Ukuran Produk			Ukuran Produk
		Kelengkapan komponen produk			Kelengkapan komponen produk
		Bahan baku			Bahan baku
3	Kualitas produk	Bahan baku	7	Harga produk	Bentuk produk
		Bentuk produk			Ukuran Produk
		Ukuran Produk			Kelengkapan komponen produk
		Tekstur permukaan			Tekstur permukaan
		Warna			Warna
		Kelengkapan komponen produk			
4	Ergonomi	Bentuk produk			
		Ukuran Produk			
		Bahan baku			
		Tekstur permukaan			
		Kelengkapan komponen produk			

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh subjektivitas atribut produk yang diterjemahkan menjadi respon teknis untuk produk *booth display*. Terdapat enam respon teknis utama untuk produk *booth display* yaitu, bahan baku, ukuran produk, bentuk produk, kelengkapan komponen produk, tekstur permukaan serta warna.

Tahap selanjutnya adalah penyusunan matriks interkasi atau matriks kolerasi antara atribut produk dengan respon teknis. Tabel 5 menunjukkan simbol-simbol yang digunakan untuk menggambarkan tingkat hubungan atribut produk dengan dengan respon teknis.

Tabel 5. Simbol Kolerasi

Simbol	Keterangan	Bobot
<kosong>	Tidak ada	0
■	Kuat	9
●	Sedang	3
▲	Lemah	1

Tabel 6 menunjukkan matriks interaksi tiap-tiap atribut produk *booth display* dengan respon teknis menggunakan simbol-simbol yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 6. Matriks Interaksi

NO	Atribut	Respon Teknis											
		Bahan Baku		Ukuran Produk		Bentuk Produk		Kelengkapan Komponen Produk		Tekstur Permukaan		Warna	
1	Desain produk	■	1,23	■	1,23	■	1,23	■	1,23	■	1,23	●	0,41
2	Dimensi produk	●	0,41	■	1,22	■	1,22	●	0,41		0,00		0,00
3	Kualitas produk	■	1,74	■	1,74	■	1,74	▲	0,19	▲	0,19		0,00
4	Ergonomis	■	1,15	■	1,15	■	1,15	■	1,15	●	0,38	▲	0,13
5	Daya tahan produk	■	1,63	●	0,54	■	1,63	●	0,54		0,00		0,00
6	Fitur/Kelengkapan produk	●	0,34		0,11	●	0,34	■	1,03		0,00	●	0,34
7	Harga produk	■	1,00		0,11	■	1,00	■	1,00	●	0,33	▲	0,11
<i>Sum Score</i>		7,50		6,11		8,31		5,55		2,14		0,99	
<i>Priority</i>		2		3		1		4		5		6	

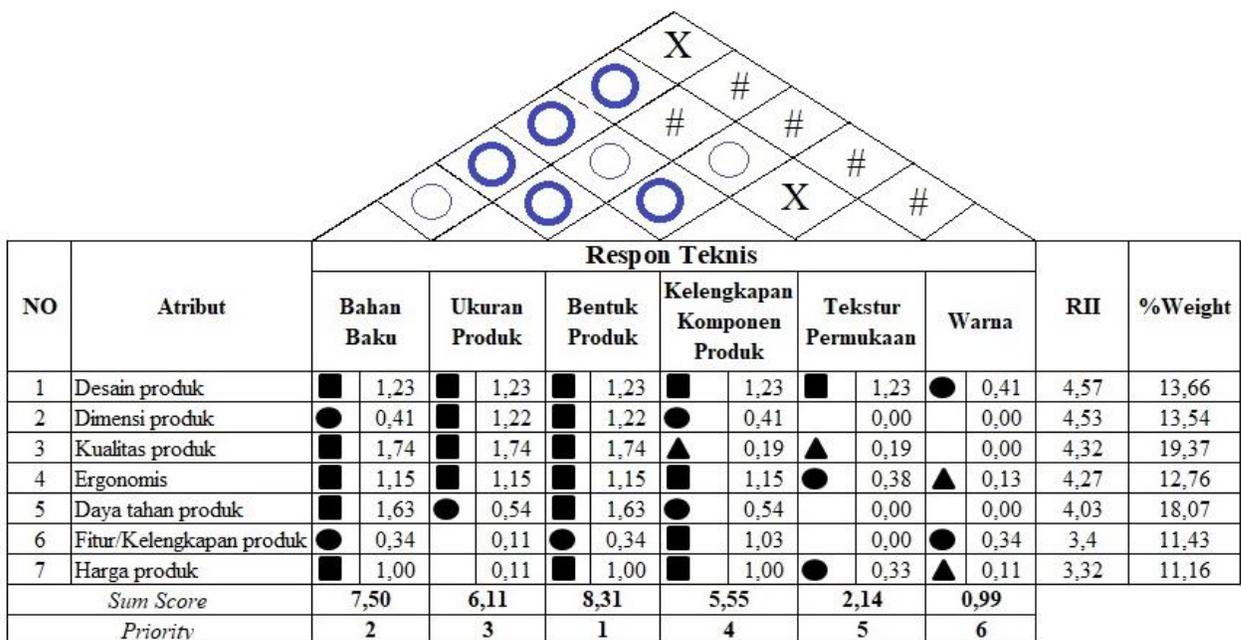
Berdasarkan Tabel 6 didapatkan tingkat hubungan tiap-tiap atribut produk *booth display* dengan respon teknis. Selain itu, melalui matriks interaksi didapatkan juga tingkat kepentingan respon teknis. Pada Tabel 6 diketahui bahwa respon teknis bentuk produk merupakan respon teknis yang paling penting dibandingkan dengan respon teknis lainnya.

Tahap selanjutnya setelah penyusunan matriks interaksi adalah interaksi antar respon teknis. Interaksi antar respon teknis digambarkan dalam bentuk *House of Quality* (HoQ). Tabel 7 menunjukkan simbol yang menunjukkan tingkat hubungan antar respon teknis atau

simbol *rooftop* HoQ. HoQ produk *booth display* terlihat pada diagram yang ditunjukkan Gambar 3. *House of Quality* Produk *Booth display* Gambar 3.

Tabel 7. Simbol *RoofTop* HoQ

Simbol	Keterangan
○	Positif
●	Kuat Positif
X	Negatif
#	Kuat Negatif

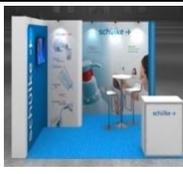
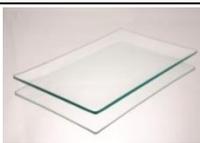


Gambar 3. *House of Quality* Produk *Booth display*

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui tingkat hubungan antar respon teknis. Pada *rooftop* HoQ dapat diketahui respon teknis apa saja yang akan memiliki dampak ketika terjadi perubahan. Misalnya ketika terjadi perubahan penggunaan bahan baku akan berdampak positif dengan ukuran produk.

Tahap selanjutnya adalah perancangan *tool* menggunakan *morphological chart*. *Tool* ini digunakan untuk mewujudkan respon teknis berdasarkan peringkat yang diperoleh dari HoQ. Tabel 8 merupakan *morphological chart* yang menunjukkan beberapa alternatif desain produk *booth display* yang dapat dipilih oleh konsumen berdasarkan respon teknis pada HoQ.

Tabel 8. Morphological Chart Desain Produk Booth Display

Atribut Produk	Alternatif 1	Alternatif 2	Alternatif 3	Alternatif 4	Alternatif 5
Bentuk Produk					Lainnya (Sebutkan)
	Inline	Peninsula	Corner	Island	
Bahan Baku					Lainnya (Sebutkan)
	MDF	Blockboard	Multiplek	Acrylic	
Ukuran Produk (m)					Lainnya (Sebutkan)
	2x2	3x3	4x3	5x3	
Kelengkapan Komponen Produk					Lainnya (Sebutkan)
	LED	Neon Box	LCD/TV Display	Picture	
Tekstur Permukaan					Lainnya (Sebutkan)
	Kasar	Halus	Mengkilat	Licin	
Warna	Sebutkan:				

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa pada *tool* terdapat 5 alternatif pada tiap respon teknis. Pada alternatif ke-5 tertulis kata 'lainnya', artinya konsumen dapat memberikan pendapatnya atau desain pilihannya apabila alternatif pada tabel tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, pada atribut produk warna tertulis kata 'sebutkan' yang artinya konsumen diberi kebebasan untuk menentukan warna *booth display* yang sesuai dengan keinginannya. **Error! Reference source not found.** menunjukkan rancangan *tool* desain produk menggunakan *morphological chart*.

FORMULIR PEMESANAN PRODUK *BOOTH*

Nama Pemesan :

Alamat Pemesan :

No. Telp./HP :

Tanggal Pemesanan :

Jumlah Pesanan :

Desain Produk :

(Pilih salah satu alternatif tiap atribut produk dengan memberkani tanda V pada)

Atribut Produk	Alternatif 1	Alternatif 2	Alternatif 3	Alternatif 4	Alternatif 5
Bentuk Produk	 <input type="checkbox"/> Inline	 <input type="checkbox"/> Peninsula	 <input type="checkbox"/> Corner	 <input type="checkbox"/> Island	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
Bahan Baku	 <input type="checkbox"/> MDF	 <input type="checkbox"/> Blockboard	 <input type="checkbox"/> Multiplek	 <input type="checkbox"/> Acrylic	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
Ukuran Produk (m)	 <input type="checkbox"/> 2x2	 <input type="checkbox"/> 3x3	 <input type="checkbox"/> 4x3	 <input type="checkbox"/> 5x3	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
Kelengkapan Komponen Produk	 <input type="checkbox"/> LED	 <input type="checkbox"/> Neon Box	 <input type="checkbox"/> LCD/TV	 <input type="checkbox"/> Picture	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
Tekstur Permukaan	 <input type="checkbox"/> Kasar	 <input type="checkbox"/> Halus	 <input type="checkbox"/> Mengkilat	 <input type="checkbox"/> Licin	<input type="checkbox"/> Lainnya (Sebutkan)
Warna	Sebutkan:				

TTD Penerima Pesanan TTD Pemesan

(Nama Terang) (Nama Terang)

Gambar 4. Rancangan *Tool* Desain Produk menggunakan *Morphological Chart*

Ketika konsumen memesan produk *booth display*, konsumen dapat mengisi *tool* atau formulir pemesanan pada Gambar 4. Pada *tool*, konsumen diminta untuk mengisi identitas yang meliputi nama, alamat, no. Telp./hp serta jumlah pesanan. Pada bagian desain produk, konsumen dapat memilih salah satu alternatif tiap atribut produk dengan memberikan tanda ‘V’ pada ‘’. Terakhir konsumen membubuhkan tanda tangan pemesan dan nama terang serta meminta pihak penerima pesanan untuk membubuhkan tanda tangan dan nama terang.

Dengan adanya *tool* ini konsumen akan dengan mudah mengambil keputusan dalam memutuskan desain yang sesuai dengan keinginan. Selain itu, *tool* tersebut dapat membantu perusahaan untuk melakukan rekam jejak pesanan untuk meminimalisir kesalahan produksi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapat atau keinginan konsumen dapat digunakan sebagai referensi untuk menentukan spesifikasi produk untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) didapatkan respon teknis produk atau spesifikasi produk *booth display*. Terdapat enam spesifikasi produk *booth display* yaitu, bentuk produk (8,31), bahan baku (7,50), ukuran produk (6,11), kelengkapan komponen produk (5,15), tekstur permukaan (2,14), serta warna (0,99). Spesifikasi produk tersebut digunakan untuk merancang *tool* desain produk menggunakan metode *morphological chart*.

Tool yang dirancang memiliki lima alternatif desain tiap spesifikasi produk. Penggunaan *tool* desain produk *booth display* cukup mudah yaitu dengan cara memilih salah satu alternatif yang tersedia tiap atribut produk. Dengan adanya *tool* ini konsumen dapat dengan mudah menentukan desain produk *booth display* sesuai keinginan. Selain itu, *tool* tersebut juga dapat memberikan kemudahan kepada perusahaan untuk melakukan rekam jejak pesanan untuk mengurangi kesalahan produksi *booth display*.

Saran untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat menggunakan ilmu serta metode lainnya untuk meningkatkan kualitas produk serta untuk perancangan *tool* yang dapat mempermudah konsumen maupun perusahaan.

Daftar Pustaka

- Assauri, S. (2007) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chan, L. K. and Wu, M. L. (2002) *Quality function deployment: A literature review*, *European Journal of Operational Research*. doi: 10.1016/S0377-2217(02)00178-9.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2004) *Principle of Marketing : 10thnEdition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Moldovan, L. (2014) 'QFD Employment for a New Product Design in a Mineral Water Company', *Procedia Technology*, 12, pp. 462–468. doi: 10.1016/j.protcy.2013.12.515.
- Suryaningrat, I.B Djumarti Ruriani, E. and Kurniawati, I. (2010) 'Aplikasi Metode Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Peningkatan Kualitas Produk Mie Jagung', *Argotek*, 4(1), pp. 8–17. Available at: <http://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAGT/article/view/2309>.
- Yuliarty, P. (2013) *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.