

Analisis Fitur Kebutuhan Konsumen Dengan Metode Kano Untuk Perancangan *Web Application* D'Cetak

Intan Lailya Afwa^a, Kristina Sisilia^b, Agus Maolana Hidayat^c, Retno Setyorini^d

^aFakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, lailyaintan@student.telkomuniversity.ac.id

^bFakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, kristina@telkomuniversity.ac.id

^cFakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, agusmh@telkomuniversity.ac.id

^dFakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, retnosrini@telkomuniversity.ac.id

Submitted: 03-01-2024, Reviewed: 16-01-2024, Accepted 29-03-2024
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i2.1216>

Abstract

Startup D'Cetak currently does not have an application that helps position various service attributes for the products offered as well as streamline the transaction process. This research aims to identify the characteristics or attributes needed by consumers on the D'Cetak web application. This research adopts a qualitative method by applying the kano method data analysis technique. The stages in using the kano method include identifying the attributes of needs, developing a kano questionnaire, distributing questionnaires, and interpreting the results. Of the 18 attributes studied, it shows that there are 10 attributes that fall into the Attractive category and 8 attributes fall into the One Dimensional or performance category. So the main focus of designing the D'Cetak web application is on attributes that fall into the Attractive category which are considered important by consumers and can provide meaningful added value. Therefore, D'Cetak is expected to be able to create web applications that will increase customer satisfaction.

Keywords: D'Cetak, Kano Method, Web Application

Abstrak

Startup D'Cetak saat ini belum memiliki Aplikasi yang membantu memposisikan berbagai atribut layanan bagi produk yang ditawarkan sekaligus mengoptimalkan dalam proses transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik atau atribut yang diperlukan konsumen pada web application D'Cetak. Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan menerapkan Teknik analisis data metode kano. Adapun tahapan dalam menggunakan metode kano meliputi identifikasi atribut kebutuhan, pengembangan kuesioner kano, penyebaran kuesioner, dan interpretasi hasil. Dari 18 atribut yang diteliti menunjukkan bahwa terdapat 10 atribut yang termasuk kedalam kategori Attractive dan 8 atribut termasuk dalam kategori One Dimensional atau performance. Sehingga fokus utama pada perancangan web application D'Cetak terdapat pada atribut yang masuk dalam kategori Attractive yang dianggap penting oleh konsumen dan dapat memberikan nilai tambah yang berarti. Oleh karena itu, D'Cetak diharapkan mampu menciptakan web application yang akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Keywords: D'Cetak, Metode Kano, Web Application

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang seperti saat ini, semua orang mengharapkan akses yang mudah dan informasi yang jelas ketika mencari suatu hal yang diinginkan. Hal ini didukung dengan adanya kenaikan jumlah pengguna internet yang dikutip dari [1] pada tahun 2022 berkisar 202 juta orang dan per Januari 2023 tercatat mencapai 212,9 juta orang. Saat ini D'Cetak dalam menjangkau konsumen masih menggunakan platform whatsapp sehingga kurang efektif dan sangat tidak efisien dalam pencatatan transaksi yang dilakukan.

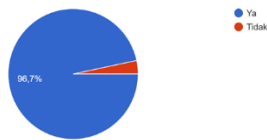


Gambar 1. Tanggapan Responden Mengenai Pemesanan Offline dan Online

Untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menjadikan efektif dan efisien maka dilakukan survey secara online menggunakan google form agar *web application* D'Cetak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa 90% responden dari total sampel sebanyak 30

lebih menyukai pemesanan secara online. Hal ini dapat menunjukkan bahwa masyarakat melek dengan adanya perkembangan teknologi dan mereka merasa nyaman dengan melakukan aktivitas pemesanan secara online.

Menurut anda, apakah di era saat ini Web Application sangat penting bagi Startup Percetakan Digital
 30 jawaban



Gambar 2. Tanggapan Responden Tentang Web Application

Kehadiran sebuah website menjadi suatu keharusan bagi setiap perusahaan. Berdasarkan hasil survey peneliti menyatakan bahwa terdapat 96,7% menyetujui bahwa adanya Web Application pada startup percetakan digital itu sangat penting. Web Application banyak digunakan pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun usaha jual beli. AR Agung, dkk [2] berpendapat bahwa dokumentasi bisnis dan jasa apabila disimpan dalam sistem informasi berbasis web akan meningkatkan layanan perusahaan. Web Application merupakan sebuah Aplikasi yang diakses melalui penjelajah web dengan menggunakan suatu jaringan internet. Web Application dapat dijadikan alat untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mengenalkan produk atau layanan, dan dapat memberikan informasi seputar perusahaan. Dengan adanya Web Application yang professional dan informatif dapat membantu memperkuat citra merek dan menarik calon pelanggan. Selain itu, dengan adanya Web Application dapat mencakup pasar yang lebih luas, sehingga secara tidak langsung, hal tersebut dapat memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan perusahaan.

Menurut anda, apakah kelengkapan fitur berpengaruh dalam kenyamanan penggunaan Web Application pada Startup Percetakan Digital
 39 jawaban



Gambar 3. Tanggapan Responden Tentang Kelengkapan Fitur

Sebuah perusahaan harus dapat mengemas website dengan fitur – fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Schmitt [3] fitur merupakan sebuah produk sebagai fungsi dengan karakteristik yang berbeda. Dengan adanya fitur dapat dengan mudah memilih produk yang diinginkan. Dan bagi seorang marketing, fitur merupakan kunci utama bagi perusahaan untuk dapat dijadikan pembanding dengan pesaing lainnya. Dengan merujuk pada hasil survei yang

telah dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa 100% responden menyetujui dengan adanya kelengkapan fitur sebuah Web Application pada percetakan digital akan mempengaruhi tingkat kenyamanan pengguna.

Dimana pada penelitian sebelumnya, hanya mengungkap fitur – fitur yang telah ada dalam Web Application. Namun dalam penelitian ini mengeksplorasi fitur – fitur yang dibutuhkan dalam perancangan Web Application. Sehingga penulis, tertarik dalam penelitian ini untuk mengimplementasikannya pada Web Application D’Cetak.

METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Pemikiran

Tabel 1 Kerangka Pemikiran

Analisis Model Kano pada Web Application D’Cetak	
a.	Keterjangkauan informasi terkait produk atau jasa
b.	Ragam layanan transaksional
c.	Varian fitur yang beragam
d.	Inovasi dalam produk
Ponn [4]	

Tabel 1 merupakan kerangka pemikiran pada penelitian ini. Dimana posisi pertanyaan dalam kuesioner yang diterapkan dalam penelitian ini merujuk kepada dimensi dari fitur layanan menurut Ponn [4]:

- Keterjangkauan informasi terkait produk atau jasa
- Ragam layanan transaksional
- Varian fitur yang beragam
- Inovasi dalam produk

Menurut schmit [5] fitur pada suatu prooduk adalah fungsi dengan ciri khas yang beragam. Keberadaan fitur memungkinkan konsumen untuk memilik produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Sebagai seorang pemasar, fitur menjadi elemen kunci yang memungkinkan peusahaan untuk membandingkannya dengan produk pesaing dan memperkuat posisi mereka di pasaran.

2.2 Objek dan Subjek Penelitian

Pusat perhatian dalam penelitian disebut objek penelitian [6]. Adapun objek pada penelitian ini yaitu Web Application D’Cetak. Menurut Sugiyono [7] subjek penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai – nilai individu. Subjek penelitian berupa pengguna jasa percetakan baik pemesanan secara

offline maupun online khususnya mahasiswa Telkom University.

2.3 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang tidak mengubah permasalahan sosial menjadi data numerik, melainkan menjelaskannya secara naratif sebagai suatu fenomena [8]. Menurut Deddy Mulyana & Solatun [9] penelitian kualitatif adalah tipe penelitian yang bersifat mendeskripsikan dan melibatkan penafsiran, dengan menggunakan metode dalam menjelajahi objek penelitian. Menurut Creswell [10], penelitian kualitatif merupakan Upaya untuk mengeksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, serta untuk menggambarkan masalah sosial atau kemanusiaan. Saat ini, D'Cetak memiliki kebutuhan untuk merancang web application guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi transaksi.

2.4 Teknik Penyaringan Data

Proses pengambilan data dalam penelitian ini memanfaatkan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono [11] pengambilan sampel secara *purposive* merupakan metode penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan khusus. Menurut Suwarjeni, metode ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau faktor pertimbangan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pada [12] menyebutkan bahwa Teknik Purposive Sampling yaitu pemilihan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan faktor – faktor khusus dan menetapkan Batasan tertentu, dengan demikian, pemilihan sampel dilakukan agar sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan karena peneliti telah menyadari bahwa informasi yang diperlakukan dapat diperoleh dari suatu kelompok sasaran khusus yang memiliki kapasitas memberikan informasi tersebut, memenuhi kriteria yang ditetapkan, dan sebenarnya memiliki informasi yang dibutuhkan [13]. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan oleh peneliti yaitu:

- Mahasiswa Telkom University
- Sudah atau belum pernah menggunakan jasa percetakan
- Pernah menggunakan Web Application

2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu salah satu faktor penting yang berkaitan dengan cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan dua Teknik pengumpulan data berupa:

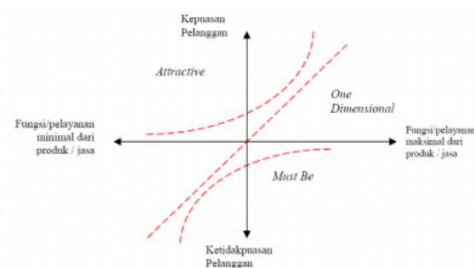
a. Angket / Kuesioner

Menurut Sugiyono [14] berpendapat bahwa kuesioner/angket adalah sebuah metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 30 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

b. Studi Kajian Literatur

Menurut Danial dan Warsiah [15] Menyatakan bahwa studi literatur merupakan sebuah penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan cara mengumpulkan sejumlah buku – buku, majalah yang berkaitan dengan masalah serta tujuan penelitian.

2.6 Teknik Analisis Data



Gambar 4. Diagram Kano

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu model kano. Menurut Kano et al [16] model kano dikembangkan oleh Noriaki Kano. Model kano adalah model yang dapat mengklasifikasikan dan memprioritaskan kebutuhan konsumen menurut bagaimana pengaruhnya pada kepuasan pelanggan. Atribut layanan pada model kano terbagi menjadi 6 kategori sebagai berikut :

- Must-be (basic factors)* menjelaskan bahwa pelanggan menjadi tidak puas jika kinerja dari atribut yang bersangkutan tidak tersedia.
- One-dimentional (performance factors)* menerangkan bahwa terdapat hubungan linier antara tingkat kepuasan pelanggan dan kinerja atribut, sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sejalan dengan kinerja atribut yang tinggi atau ketersediaan atribut.
- Attractive (excitement factors)* menjelaskan bahwa angka kepuasan pelanggan akan meningkat jika atribut tersedia. Namun, tidak akan mengalami penurunan jika atribut tidak tersedia.

- d. *Indifferent* menjelaskan bahwa ada atau tidaknya atribut tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- e. *Reserve* menjelaskan bahwa pelanggan akan puas jika atribut tidak tersedia dan akan menjadi tidak puas jika atribut tersedia.
- f. *Questionable* merupakan atribut yang kurang jelas apakah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika layanan diberikan.

Menurut Dominci dan Palumbo [17] terdapat empat tahapan dalam menggunakan metode kano, tahapan tersebut sebagai berikut:

- a. Identifikasi atribut kebutuhan
- b. Pembuatan kuesioner kano
- c. Distribusi kuesioner kano
- d. Penafsiran dan penilaian hasil

Sebelum mengevaluasi hasil, peneliti perlu mengategorikan setiap atribut berdasarkan metode kano. Berikut adalah langkah – langkahnya:

- a. Mengklasifikasikan kategori atribut dari setiap responden berdasarkan Kano Evaluation Tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Kano Evaluation Tabel
 Sumber: [17]

		Dysfunctional				
		1	2	3	4	5
Functional	Customer Requirements	I like It	I expe ct it	I am netr al	I can tolera te it	I dislik e it that way
	1	I like It	Q	A	A	O
	2	I expe ct it	R	I	I	M
	3	I am netr al	R	I	I	M
	4	I can tolera te it	R	I	I	M
5	I dislik e it that way	R	R	R	R	Q

Gambar 5 diatas merupakan Kano Evaluation Table yang memudahkan peneliti mengkategorikan atribut yang sedang diteliti. Q melambangkan *questionable*, R melambangkan

Reserve, O melambangkan *One Dimensional*, A melambangkan *Attractive*, I melambangkan *indifferent*, M melambangkan *must be*.

- b. Menghitung jumlah setiap kategori kano untuk setiap atribut dari semua responden.
- c. Menentukan kategori kano untuk setiap atribut dengan menggunakan *Blauth's Formula* [17] seperti berikut :
 - a. Jika (*One Dimensional* ditambah (+) *Attractive* ditambah (+) *Must Be*) lebih besar (>) (*Indifferent* ditambah (+) *Reverse* ditambah (+) *Questionable*) maka grade yang dipilih dari nilai yang paling maksimum / terbesar, antara (*One Dimensional*, *Attractive*, *Must Be*)
 - b. Jika (*One Dimensional* ditambah (+) *Attractive* ditambah (+) *Must Be*) lebih kecil (<) (*Indifferent* ditambah (+) *Reverse* ditambah (+) *Questionable*) maka grade yang dipilih dari nilai yang paling maksimum / terbesar, antara (*Indifferent* ditambah (+) *Reverse* ditambah (+) *Questionable*)

Dalam metode kano tradisional, perbedaan hal yang kurang besar atau kurang signifikan antara kategori belum dianggap cukup untuk menetapkan kategori. Oleh karena itu, tahapan yang dibutuhkan adalah membuat diagram kano. Sebelum pembuatan diagram kano, perhitungan nilai *better* dan *worse* harus dilakukan [18]. Adapun rumus untuk mendapatkan nilai *better* dan *worse* adalah sebagai berikut:

$$Better = \frac{A+O}{A+O+M+I}$$

$$Worse = -\frac{M+O}{A+O+M+I}$$

Dalam Walden [19] penilaian "*better*" mencerminkan tingkat kepuasan, dengan nilai mendekati 1 menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, sementara mendekati 0 menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah. Sebaliknya, jika nilai "*worse*" mencerminkan tingkat ketidakpuasan, dimana mendekati -1 mengindikasikan ketidakpuasan yang tinggi, dan mendekati 0 menunjukkan tingkat ketidakpuasan yang rendah. Hasil dari penilaian "*better*" dan "*worse*" ini digunakan sebagai titik koordinat dalam pembuatan diagram kategori kano.

Pada diagram pemetaan kategori kano, nilai *better* terletak pada sumbu vertical dan nilai *worse* terletak pada axis horizontal dan untuk tanda negatif "-" didepan nilai *worse* diabaikan [17].

Setelah membuat diagram kano, langkah berikutnya yaitu diinterpretasikan dan dievaluasi.

2.7 Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data berupa kecukupan referensi. Kecukupan referensi merupakan Teknik pemeriksaan keabsahan data yang melibatkan pengumpulan sebanyak mungkin sumber dukungan dalam penelitian, termasuk sumber manusia seperti responden yang mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti, dan sumber rujukan seperti buku dan jurnal nasional yang memiliki relevansi dengan topik penelitian. Dengan merinci referensi yang mencukupi, peneliti mampu memberikan penjelasan yang solid terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian, sehingga kebenaran dan keabsahan hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan [20].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Atribut Penelitian

Kode Fitur	Deskripsi
X1	Pencarian Produk
X2	Informasi Produk
X3	Rekomendasi Produk
X4	Notifikasi Produk
X5	Bahasa Yang Mudah
X6	Opsi Pembayaran
X7	Kemudahan Dalam Melacak Transaksi
X8	Prosedur Pengembalian Dana
X9	Rekomendasi Layanan Transaksi
X10	Informasi Transaksi
X11	Pencarian Yang Akurat
X12	Notifikasi Keseluruhan
X13	Tata Letak
X14	Interaktif
X15	Umpan Balik
X16	Solusi Cepat
X17	Fitur Pembeda
X18	Ramah Lingkungan

Tabel 2 merupakan atribut – atribut yang sedang diteliti dalam penelitian ini. Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan model kano terhadap jawaban yang diperoleh dari kuesioner, langkah selanjutnya yaitu mengklasifikasikan atribut kano dengan cara mengelompokkan tanggapan dari responden dalam

kuesioner dikelompokkan berdasarkan jenisnya, yaitu *functional* dan *dysfunctional*.

Tabel 4. Keluaran Diskrit

Fitur	M	P	A	I	R	Q	K
X1	4 %	27%	31%	27%	0%	12%	A
X2	4 %	50%	27%	8%	8%	4%	P
X3	0 %	15%	35%	42%	4%	4%	I
X4	0 %	12%	23%	46%	0%	19%	I
X5	8 %	38%	23%	15%	8%	8%	P
X6	0 %	8%	31%	8%	4%	50%	Q
X7	4 %	42%	35%	8%	0%	12%	P
X8	4 %	46%	19%	19%	0%	12%	P
X9	4 %	12%	27%	50%	4%	4%	I
X10	4 %	38%	31%	12%	4%	12%	P
X11	0 %	27%	38%	23%	0%	12%	A
X12	0 %	15%	31%	35%	4%	15%	I
X13	0 %	50%	23%	15%	0%	12%	P
X14	0 %	15%	31%	38%	4%	12%	I
X15	0 %	15%	35%	35%	4%	12%	A
X16	0 %	23%	35%	31%	0%	12%	A
X17	0 %	12%	58%	23%	4%	4%	A
X18	0 %	23%	42%	27%	4%	4%	A

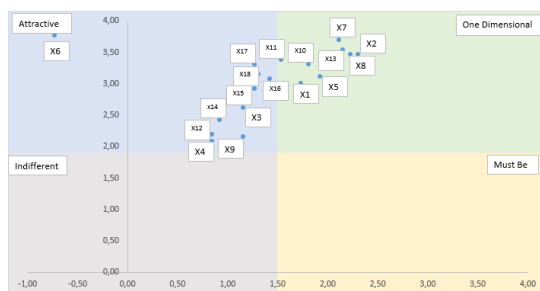
Dari tabel 3 berikut menjelaskan hasil dari perhitungan jumlah setiap kategori kano. Dari tabel tersebut juga memaparkan hasil dari penetapan kategori kano untuk setiap atribut layanan dihasilkan melalui penggunaan *Blauth's Formula*. Dengan menghitung menggunakan *Blauth's Formula* diketahui kategori kano dari masing – masing atribut.

Tabel 5. Hasil Perhitungan *Better* dan *Worse*

Fitur	Disfungsional	Fungsional
	(X-Axis)	(Y-Axis)
X1	1,73	3
X2	2,31	3,46
X3	1,15	2,62
X4	0,85	2,08

X5	1,92	3,12
X6	-0,73	3,77
X7	2,12	3,69
X8	2,23	3,46
X9	1,15	2,15
X10	1,81	3,31
X11	1,54	3,38
X12	0,85	2,19
X13	2,15	3,54
X14	0,92	2,42
X15	1,27	2,92
X16	1,42	3,08
X17	1,27	3,31
X18	1,31	3,15

Tahap selanjutnya adalah menetapkan nilai *better* dan *worse*. Mengidentifikasi nilai *better* dan *worse* adalah langkah yang diperlukan dalam pembuatan diagram kano. Output dari perhitungan nilai *better* dan *worse* dapat ditemukan dalam tabel 4 keluaran berkelaanjutan. Dengan hasil perhitungan ini, diagram kategori kano dapat disusun.



Gambar 5. Hasil Diagram Kano

Dalam gambar 5 tersebut, terlihat bahwa tidak ada atribut layanan yang termasuk dalam kategori *must be* dan *indifferent*. Sebanyak 10 atribut masuk dalam kategori *Attractive* yaitu X3 rekomendasi produk, X4 notifikasi produk, X6 opsi pembayaran, X9 rekomendasi layanan transaksi, X12 notifikasi keseluruhan, X14 interaktif, X15 umpan balik, X16 solusi cepat, X17 fitur pembeda, X18 ramah lingkungan. Sementara itu, 8 atribut yang masuk dalam kategori *One Dimensional* atau *Performance* yaitu X1 pencarian produk, X2 informasi produk, X5 bahasa yang mudah, X7 kemudahan dalam melacak transaksi, X8 prosedur

pengembalian dana, X10 informasi transaksi, X11 pencarian yang akurat, X13 tata letak.

SIMPULAN

Model kano yang diterapkan pada penelitian ini juga memberikan wawasan yang berharga terkait dengan atribut layanan. Identifikasi kategori atribut layanan seperti *must be*, *One Dimensional*, *Attractive*, dan *indifferent* membantu memahami tingkat kepuasan konsumen dan mendefinisikan arah pengembangan berikutnya. Fitur – fitur yang dibutuhkan oleh konsumen D’Cetak terdapat pada kuadran *Attractive* dan *One Dimensional* atau *Performance*. Maka dari itu dalam perancangan Web Application D’Cetak harus memfokuskan pada atribut yang berada pada kuadran *Attractive* dan *One Dimensional* untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat memaksimalkan fungsi dari Web Application D’Cetak. Oleh karena itu, D’Cetak harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen melalui perancangan Web Application yang *Attractive*, dimana fitur – fitur yang disajikan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang berdampak bagi kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih peneliti ucapkan kepada *Startup D’Cetak* yang telah memberikan kesempatan yang luar biasa dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Clinten and W. K. Pertiwi, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023," 13 Februari 2023. [Online]. Available: <https://teknokompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023>.
- [2] N. W. Wisswani, N. M. Karmiathi and I. B. B. H. Guna, "Aplikasi Biro Jasa Pengurusan Pengajuan Visa Berbasis Web," *JURNAL ILMIAH MERPATI*, p. 1, 2020.
- [3] R. Weti Aprilia and D. Noor Susanti, "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, p. 401, 2022.
- [4] R. W. Aprilia and D. N. Susanti, "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, p. 401, 2022.
- [5] R. W. Aprillia and D. N. Susant, "Pengaruh Kemudahan Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E- Wallet Dana di KABUPATEN Kebumen,"

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi, p. 401, 2022.

- [6] N. Darmayanti, T. Mildawati and F. D. Susilowati, "DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERUBAHAN HARGA DAN RETURN SAHAM," *Jurnal ekonomi dan Keuangan*, vol. 4, p. 470, 2020.
- [7] C. Tanujaya, "PERANCANGAN STANDART OPERATIONAL PROCEDURE PRODUKSI PADA PERUSAHAAN COFFEEIN," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, pp. 90-95, 2017.
- [8] A. Muchlish and D. Umardani, "ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DI INDONESIA," *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, vol. 9, p. 135, 2016.
- [9] A. P. Afrianto and Irwansyah., "EKSPLOKASI KONDISI MASYARAKAT DALAM MEMILIH BELANJA ONLINE MELALUI SHOPEE SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA," *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, vol. 3, p. 21, 2021.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2017.
- [11] R. D. Komala and Nellyaningsih, "Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT. Astra International Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017," *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, p. 334, 2017.
- [12] C. Yuristisia and N. Lukviarman, "Analisis Hubungan Antara Strong Boards dan External Governance Terhadap Accounting Restatement," *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 12, p. 96, 2008.
- [13] A. Budiarti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya," *Ekuitas*, vol. 15, p. 215, 2011.
- [14] A. G. Prawiyogi, T. L. Sadiyah, A. Purwanugraha and P. N. Elisa, "Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu*, p. 449, 2021.
- [15] D. Handriani, *Elibrary Unikom*, p. 59, 2019.
- [16] A. Y. Astuti, D. Sulisworo and A. Purwani, "Pemetaan Preferensi Masyarakat Pada Sekolah Muhammadiyah Dengan Metode Kano," *Jurnal Integrasi Sistem Industri*, pp. 2-3, 2018.
- [17] E. U. Soetaryo and R. F. Lawalata, "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN HOTEL DENGAN METODE KANO BERDASARKAN DIMENSI SERVQUAL," *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*, p. 334, 2021.
- [18] S. E and L. R, "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN HOTEL DENGAN METODE KANO BERDASARKAN DIMENSI SERVQUAL," *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri*, p. 334, 2021.
- [19] E. U. Soetaryo and R. F. Lawatala, "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN HOTEL DENGAN METODE KANO BERDASARKAN DIMENSI SEVQUAL," *Jurnal Penelitian dan Aplikasi Sistem & Teknik Industri (PASTI)*, p. 334, 2021.
- [20] D. Ibrahim, MA, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.