

ABSTRAK

Pemasaran digital adalah salah satu dari strategi dalam mempromosikan suatu produk. Potensi pasar dari pemasaran digital tidak hanya dari pembeli saja, tetapi dari penjual juga bersaing dalam membuat konten yang mereka posting dalam suatu situs web maupun aplikasi. Salah satu usaha yang memerlukan pemasaran digital dalam pengembangan usahanya yaitu konveksi Armoury Sport. Berdasarkan data grafik perbandingan penjualan produk dari konveksi Armoury Sport mengalami penurunan dan dari konveksi pesaing Jsport mengalami kenaikan secara terus. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan yang terjadi di konveksi Armoury Sport sehingga perlu adanya evaluasi terkait pemasaran. Pendekatan awal untuk mengetahui kebutuhan konsumen menggunakan model kano untuk dilakukan identifikasi sehingga mendapatkan 11 atribut prioritas, kemudian atribut yang menjadi prioritas diolah menggunakan *quality function development* (QFD) menggunakan matrik *house of quality* (HOQ) untuk mendapatkan respon terbaik sebagai usulan dalam pengembangan usaha. Hasil QFD didapatkan urutan prioritas atribut yaitu “memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk konveksi jersey dengan memposting foto produk, testimoni pelanggan dan promo, urutan kedua membuat konten video yang mampu memvisualisasikan produk dengan menunjukkan kualitas produk”.

Kata kunci : konveksi, *digital marketing*, model kano, *quality function development*

ABSTRACT

Digital marketing is one of the strategies for promoting a product. The market potential of digital marketing is not only from buyers, but from sellers who also compete in creating content that they post on a website or application. One business that requires digital marketing in its business development is Armory Sport convection. Based on comparative graphic data, product sales from the Armory Sport convection have decreased and those from competitor Jsport convection have experienced a continuous increase. This shows that there are problems occurring at Armory Sport convection so that there is a need for evaluation regarding marketing. The initial approach to find out consumer needs uses the Kano model for identification to get 11 priority attributes, then the priority attributes are processed using quality function development (QFD) using the house of quality (HOQ) matrix to get the best response as a proposal for business development. The QFD results showed that the priority order of attributes was "using social media platforms to promote jersey convection products by posting product photos, customer testimonials and promos, second place was creating video content that was able to visualize the product by showing the quality of the product."

Keywords: *convection, digital marketing, canoe model, quality function development*