

ABSTRAK

Wisata Bukit Sarga merupakan salah satu wisata yang berlokasi di Desa Bareng, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan data komparasi jumlah pengunjung pariwisata yaitu Bukit Sarga mengalami penurunan pengunjung sebesar 40%, tingkat penurunan pengunjung tersebut terjadi pada tahun 2022 ke 2023. Hal tersebut menjadi permasalahan dan perlunya mencari faktor lain untuk dapat mengatasi penurunan pengunjung seperti kualitas layanan untuk dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Tujuan dari penelitian ini untuk meningkatkan kualitas layanan *digital marketing* dari wisata Bukit Sarga. Penelitian ini menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan memperoleh 11 *customer needs* dan 11 respon teknis. Pendekatan awal untuk mengetahui kebutuhan pengunjung dengan survei langsung terhadap pengunjung wisata untuk dilakukan identifikasi sehingga menghasilkan 11 atribut prioritas, atribut-atribut tersebut kemudian diolah dalam *quality function deployment* (QFD) menggunakan matriks *house of quality* (HOQ) untuk memperoleh respon terbaik sebagai usulan perbaikan peningkatan kualitas *digital marketing*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mendapatkan 3 prioritas strategi perbaikan yaitu membuat konten yang menampilkan keindahan wisata, membuat video dengan musik latar yang mendukung suasana wisata, dan membuat grafis dengan teks yang mudah dibaca.

Kata Kunci: wisata, *digital marketing*, *Quality Function Deployment* (QFD)

ABSTRACT

Bukit Surga Tourism is one of the tourist attractions located in Bareng Village, Sawahan District, Nganjuk Regency. Based on comparative data on the number of tourism visitors, namely Bukit Surga experienced a 40% decline in visitors, the level of decline in visitors occurred from 2022 to 2023. This is a problem and it is necessary to look for other factors to overcome the decline in visitors, such as service quality to increase visitor satisfaction. . The aim of this research is to improve the quality of digital marketing services from Bukit Surga tourism. This research used the Quality Function Deployment (QFD) method and obtained 11 customer needs and 11 technical responses. The initial approach to determine visitor needs was by direct survey of tourist visitors for identification to produce 11 priority attributes. These attributes were then processed in quality function deployment (QFD) using the house of quality (HOQ) matrix to obtain the best response as a proposal for improvement. digital marketing quality. The results obtained from this research revealed 3 priority improvement strategies, namely creating content that displays the beauty of tourism, creating videos with background music that supports the tourist atmosphere, and creating graphics with text that is easy to read.

Keywords: *tourism, digital marketing, Quality Function Deployment (QFD)*