

**PENGEMBANGAN PRODUK  
PADA *ONLINE SHOP* YOUNG FASHION SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Mencapai Gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



Yosephine Mulia Dewi N<sup>o</sup>daru

17.D1.0011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yosephine Mulia Dewi N'daru

NIM : 17.D1.0011

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengembangan Produk pada *Online Shop* Young Fashion" adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 10 Agustus 2021

Yang menyatakan,



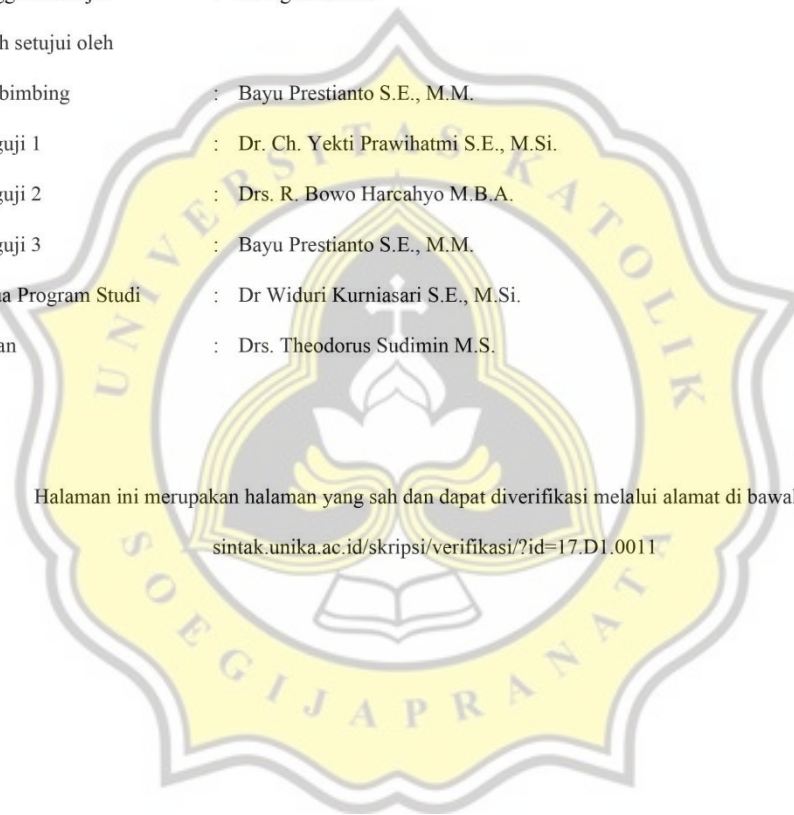
Yosephine Mulia Dewi N'daru

17.D1.0011

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir: : Pengembangan Produk pada Online Shop Young Fashion Semarang  
Diajukan oleh : Yosephine Mulia Dewi N  
NIM : 17.D1.0011  
Tanggal disetujui : 25 Agustus 2021  
Telah setuju oleh  
Pembimbing : Bayu Prestianto S.E., M.M.  
Penguji 1 : Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si.  
Penguji 2 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.  
Penguji 3 : Bayu Prestianto S.E., M.M.  
Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.  
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.  
[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi?id=17.D1.0011](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi?id=17.D1.0011)



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yosephine Mulia Dewi N'daru

NIM : 17.D1.0011

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul "Pengembangan Layanan pada *Online Shop Young Fashion Semarang*". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 19 Mei 2021



(Yosephine Mulia Dewi N'daru)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGEMBANGAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP* YOUNG FASHION SEMARANG”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Penelitian ini dilakukan dilatar belakangi karena adanya keinginan dari pihak Young Fashion untuk mengembangkan produk yang ada di *online* shop. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengimplementasikan pengembangan produk pada online shop Young Fashion Semarang. Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 30 responden yang merupakan konsumen dari Young Fashion di Kota Semarang. Metode pengolahan data menggunakan tiga tahapan pengembangan yaitu *Generating Ideas*, *Harvesting Ideas* dan *Developing and Implementing these Ideas*, sedangkan metode analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif. Data yang diolah didapat dari hasil survei melalui kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian dengan tiga tahapan pengembangan diperoleh hasil yaitu pengembangan produk Young Fashion untuk menyediakan penambahan variasi produk seperti package untuk kado / *gift*. Selain itu, pilihan bahan packaging yang pihak Young Fashion gunakan yaitu adalah kertas / dus.

Pilihan ini berdasarkan hasil pemilihan konsumen Young Fashion melalui pembagian kuesioner.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Theodorus Sudimin, MS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Bayu Prestianto S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, motivasi, dan saran kepada penulis.
3. Ibu Dr. Ch. Yekti Prawihatmi, M.Si. dan Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA. selaku tim penguji yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan saran kepada penulis.
4. Orang tua dan kakak saya atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
5. Teman-teman yang telah mendukung dan membantu penulis.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tentu saja tidak sempurna dan tidak lepas dari kekurangan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas materi yang disajikan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan ke depannya, sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan serta untuk pengembangan lebih lanjut.

Semarang, 19 Mei 2021



Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengimplementasikan pengembangan produk pada online shop Young Fashion Semarang.

Penelitian ini mengambil sampel sejumlah 30 responden yang merupakan konsumen dari Young Fashion di Kota Semarang. Metode pengolahan data menggunakan tiga tahapan pengembangan yaitu *Generating Ideas*, *Harvesting Ideas* dan *Developing and Implementing these Ideas*, sedangkan metode analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif. Data yang diolah didapat dari hasil survei melalui kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian dengan tiga tahapan pengembangan diperoleh hasil yaitu pengembangan produk Young Fashion untuk menyediakan penambahan variasi produk seperti package untuk kado / *gift*. Selain itu, pilihan bahan packaging yang pihak Young Fashion gunakan yaitu adalah kertas / dus. Pilihan ini berdasarkan hasil pemilihan konsumen Young Fashion melalui pembagian kuesioner.

**Kata Kunci :** Pengembangan Produk, *Generating Ideas*, *Harvesting Ideas*, *Developing and Implementing these Ideas*.

## ABSTRACT

*This study aims to describe and implement service development at the Young Fashion Semarang online shop.*

*This study took a sample of 30 respondents who were consumers of Young Fashion in the city of Semarang. The data processing method uses three stages of development, namely *Generating Ideas*, *Harvesting Ideas* and *Developing and Implementing these Ideas*, while the data analysis method used is descriptive analysis. The processed data obtained from the survey results through a questionnaire.*

*Based on the results of research with three stages of development, the results obtained are the development of the Young Fashion product to provide additional product variations such as packages for gifts. In addition, the choice of packaging material that Young Fashion uses is paper / boxes. This choice is based on the selection of Young Fashion consumers through questionnaires.*

**Keywords :** *Product Development*, *Generating Ideas*, *Harvesting Ideas*, *Developing and Implementing these Ideas*.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.5    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II    LANDASAN TEORITIS.....	12
2.1    Teori yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian .....	12
2.1.1    Produk.....	12
2.1.2    Jasa / Layanan.....	13

2.1.3	Pengembangan Produk .....	13
2.1.4	Kemasan .....	16
2.2	Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3	Kerangka Berpikir .....	20
2.4	Definisi Operasional Variabel.....	22
2.4.1	Pengembangan Produk .....	22
2.4.2	Tahapan Pengembangan Produk.....	22
2.4.3	Hasil Pengembangan Produk.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN.....	24
3.1	Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	24
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	24
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	25
3.3.1	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.4	Alat Analisis Data.....	27
3.4.1	Analisis Deskriptif .....	27
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Gambaran Umum Young Fashion.....	30
4.2	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	30
4.3	Persepsi Konsumen Terhadap Produk <i>Online Shop</i> Young Fashion .....	38
4.4	Desain Pengembangan Produk.....	43
4.4.1	<i>Generating Ideas</i> .....	43

4.4.2	<i>Harvesting Ideas</i> .....	48
4.4.2.1	Mengkerucutkan Ide yang Sudah Didapat .....	49
4.4.2.2	Mengevaluasi Dua Ide yang Sudah Diperoleh .....	55
4.4.3	<i>Developing and Implementing these Ideas</i> .....	56
4.4.3.1	Desain Awal .....	56
4.4.3.2	<i>Prototype</i> .....	57
4.4.3.3	Uji <i>Prototype</i> Produk .....	60
4.4.3.4	Produk Hasil Pengembangan .....	62
4.4.3.5	Komersialisasi .....	63
BAB V	PENUTUP .....	68
5.1	Kesimpulan .....	68
5.2	Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA	.....	72
LAMPIRAN	.....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekapitulasi Pra <i>Survey</i> Indikator Produk .....	5
Tabel 1.2	Rekapitulasi Pra <i>Survey</i> Indikator Harga.....	6
Tabel 1.3	Rekapitulasi Pra <i>Survey</i> Indikator Layanan .....	6
Tabel 1.4	Rekapitulasi Pra <i>Survey</i> Indikator Keinginan Konsumen.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 3.1	Tabulasi Frekuensi.....	28
Tabel 4.1	Data Responden.....	30
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Kecenderungan Pembelian.....	32
Tabel 4.5	Cara Pembelian Pelanggan Young Fashion .....	33
Tabel 4.6	Frekuensi Pembelian (dalam 2 bulan) Pelanggan Young Fashion .....	33
Tabel 4.7	Gambaran Responden Berdasarkan Kecenderungan Pembelian dan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.8	Gambaran Responden Berdasarkan Cara Pembelian dan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.9	Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.10	Gambaran Responden Berdasarkan Kecenderungan	

Pembelian dan Usia .....	37
Tabel 4.11 Gambaran Responden Berdasarkan Cara Pembelian dan Usia.....	37
Tabel 4.12 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dan Usia .....	38
Tabel 4.13 Persepsi Konsumen Mengenai Produk yang Sudah Ada pada <i>Online Shop</i> Young Fashion .....	39
Tabel 4.14 Persepsi Konsumen Mengenai Harga Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion .....	40
Tabel 4.15 Persepsi Konsumen Mengenai Layanan pada <i>Online Shop</i> Young Fashion .....	41
Tabel 4.16 Keinginan Konsumen Sebagai Dasar Pengembangan Produk yang Akan Datang Pada <i>Online Shop</i> Young Fashion .....	42
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion ( <i>Tahap Generating Ideas</i> ).....	47
Tabel 4.18 Hasil Ide Diperlukan Penambahan Produk Baru pada <i>Online Shop</i> Young Fashion yang Memiliki Peringkat Tertinggi.....	47
Tabel 4.19 Hasil Ide Variasi <i>Package</i> pada <i>Online Shop</i> Young Fashion yang Memiliki Peringkat Tertinggi.....	48
Tabel 4.20 Hasil Peluang Eksternal .....	50

Tabel 4.21 Hasil Observasi Peluang Internal <i>Tumblr Tee</i> .....	51
Tabel 4.22 Hasil Observasi Peluang Internal <i>Tie Die Tshirt</i> .....	53
Tabel 4.23 Evaluasi Ide.....	56
Tabel 4.24 Hasil Kuesioner <i>Development (Uji Prototype Produk)</i> .....	61
Tabel 4.25 HPP Produk <i>Package 3</i> .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Packaging</i> Young Fashion .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian .....	21
Gambar 4.1 <i>Package</i> 1 .....	44
Gambar 4.2 <i>Package</i> 2 .....	45
Gambar 4.3 <i>Package</i> 3 .....	46
Gambar 4.4 <i>Package</i> 4 .....	46
Gambar 4.5 Salah satu <i>Tumblr Tee Package</i> 3.....	57
Gambar 4.6 Desain <i>Thankyou Card</i> .....	58
Gambar 4.7 Desain <i>Request Card</i> .....	58
Gambar 4.8 Desain <i>Thankyou Card</i> .....	59
Gambar 4.9 <i>Prototype Package</i> 3 ( <i>Tumblr Tee</i> ).....	59
Gambar 4.10 <i>Packaging Package</i> 3 ( <i>Tumblr Tee</i> ) .....	60
Gambar 4.11 Instagram Young Fashion Sebelum Adanya Tambahan Variasi Produk Baru .....	63
Gambar 4.12 Instagram Young Fashion Sesudah Adanya Tambahan Variasi Produk Baru .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian Pra <i>Survey</i> Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion Semarang .....	70
Lampiran 2	Data Responden .....	74
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Penelitian Pra <i>Survey</i> Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion Semarang .....	75
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion (Tahap <i>Generating Ideas</i> ) .....	77
Lampiran 5	Hasil Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion (Tahap <i>Generating Ideas</i> ) .....	82
Lampiran 6	Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion (Tahap <i>Harvesting Ideas</i> ) .....	83
Lampiran 7	Hasil Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion (Tahap <i>Harvesting Ideas</i> ) .....	86
Lampiran 8	Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk pada <i>Online Shop</i> Young Fashion (Tahap <i>Developing and Implementing these Ideas</i> ) .....	87



Lampiran 9 Hasil Kuesioner Penelitian Pengembangan Produk  
pada *Online Shop* Young Fashion..... 89

