



PAPER – OPEN ACCESS

## Perancangan Dan Pengembangan Produk Fototerapi Bayi Kuning Dengan Metode Survei Pasar

Author : Sahabiah Hatikah dkk.,  
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1045  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-7031

*Volume 3 Issue 2 – 2020 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



# Perancangan Dan Pengembangan Produk Fototerapi Bayi Kuning Dengan Metode Survei Pasar

Sahabiah Hatikah<sup>1</sup>, Kartatiawarman<sup>2</sup>, William<sup>3</sup>, Rifa Harda Afifah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia

sahabiahhatikah@gmail.com, kartatiawarmanchan@gmail.com

## Abstrak

Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari stau populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Tujuan dari Survei pasar yaitu untuk maksud penjajagan (eksploratif), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), yakni untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesa; evaluasi, prediksi atau meramalkan kejadian tertentu di masa yang akan datang. Pada penelitian survei ini, metode yang digunakan yaitu membuat kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data, pengolahan data yaitu, mendata peluang pasar, menentukan jumlah sampel, menghitung tabulasi kuesioner terbuka, menghitung tabulasi kuesioner tertutup, spesifikasi responden, uji validitas dan reliabilitas produk pesaing I II III, uji reliabilitas peringkat, uji validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS. Hasil dari penelitian survei anatara lain, diperoleh 7 atribut yang sesuai dengan spesifikasi produk Sedangkan 3 atribut lainnya adalah yang tidak sesuai dengan spesifikasi produk, Uji validitas dengan hasil  $\alpha = 0,05$  dan  $N = 31$  adalah  $r = 0,3550$ , hasil dari uji reliabilitas berdasarkan kuesioner tertutup memiliki nilai lebih dari 0,210, hasil dari uji validitas dan uji reabilitas yang dilakukan secara manual menghasilkan nilai yang sama dengan perhitungan menggunakan *Software SPSS 22* namun tidak 100% sama, Maka dapat dikatakan kuisioner merupakan instrumen yang valid dan dapat dipergunakan untuk menemukan masalah dan kuesioner bersifat reliable.

Kata Kunci : Fototerapi, Survei Pasar, Teknik Sampling, Kuesioner

## Abstract

Survey research is research that takes samples from a population or using a questionnaire as a primary data collection tool. The purpose of the market survey is for exploratory, descriptive, explanatory or confirmatory purposes, namely to explain causal relationships and test hypotheses; evaluating, predicting or predicting certain events in the future, operational research, and developments in social indicators. In this survey research, the method used is making a questionnaire used for data collection, data processing namely, recording market opportunities, determining the number of samples, calculating open questionnaire tabulations, calculating closed questionnaire tabulations, respondent specifications, validity testing and reliability of competitor products I II III, the reliability test of ranking, validity and reliability test using SPSS software. The results of other survey studies, obtained 7 attributes in accordance with product specifications While the other 3 attributes are not in accordance with product specifications, Test the validity with the results  $\alpha = 0.05$  and  $N = 31$  is  $r = 0.3550$ , the results of the test reliability based on closed questionnaire has a value of more than 0.210, the results of the validity test and reliability test conducted manually using Microsoft Excel software produce the same value with calculations using SPSS 22 software but not 100% the same, due to differences in values behind the comma (,) , position map from the Importance and Performance Matrix Diagram (Map of Product Position. The conclusion is that the wants and needs of consumers are seen based on the results of open questionnaires that are assessed and compared with product specifications. So it can be said that the questionnaire is a valid instrument and can be used to find problems and questionnaires reliable.

Keywords: Phototherapy, Market Survey, Sampling Techniques

## 1. Pendahuluan

Riset pasar merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, serta menggunakan informasi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan penyelesaian suatu permasalahan maupun peluang-peluang yang ada didalam bidang pemasaran. Peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk sangat penting. Menurut pemasaran merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan serta keinginan individu ataupun kelompok dengan cara menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai [1].

Penelitian survey ialah suatu kegiatan penyelidikan yang dilakukan untuk mendapatkan fakta, keterangan dan juga informasi secara faktual guna memperoleh kebenaran dari gejala-gejala yang ada. Flink dan Kosecoff mendefinisikan penelitian survey merupakan suatu metode yang dilakukan secara langsung dalam mengumpulkan data dan informasi dari orang atau narasumber yang dijadikan sebagai objek dari penelitian yang dilakukan. [2].

Dalam melakukan survei, informasi-informasi yang didapat dari responden dengan cara menggunakan kuesioner yang dikumpulkan. Penelitian survei ialah penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dengan alat bantu pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner terdiri dari sejumlah pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden tentang hal yang diketahuinya maupun dialaminya secara pribadi. Pada penelitian ini, kuesioner menjadi hal yang utama dalam pengumpulan data responden. Manfaat kuesioner adalah untuk mendapatkan data yang reliabilitas dan validitas informasi yang setinggi mungkin dgn mengisi beberapa pertanyaan yang akan diberikan oleh pihak peneliti[3]. Ada empat komponen hal yang penting dari sebuah kuesioner, yakni adanya subjek yang akan diteliti, adanya ajakan, adanya petunjuk untuk responden melakukan pengisian kuesioner yang diberikan dan adanya pernyataan maupun pertanyaan beserta tempat responden mengisi jawaban kuesioner baik secara terbuka, ataupun tertutup. Dalam membuat pertanyaan juga harus disertakan tempat untuk responden mengisi identitasnya [4].

*Sampling* adalah metode pengumpulan data yang sering digunakan karena memiliki banyak manfaat seperti penghematan sumber daya waktu dan juga biaya dalam menjalankannya [5]. Perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan oleh para ahli dapat digunakan dalam menentukan sampel dari suatu populasi. Umumnya, jumlah minimum sampel untuk melakukan penelitian korelasional ialah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah minimum sampelnya sebanyak 15 dari masing-masing kelompok dan untuk jumlah sampel *minimum* penelitian survei yaitu 100 [6].

Skala penilaian bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik akan suatu hal berdasarkan ukuran tertentu, sehingga dapat membedakan, menggolongkan, dan mengurutkan karakteristik tersebut. Validitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan skor atau nilai yang didapat untuk menyatakan hasil pengukuran atau pengamatan yang akan diukur. Ada sembilan jenis validitas, yaitu: *Concurrent Validity*, *Construct Validity*, *Face Validity*, *Factorial Validity*, *Empirical Validity*, *Intrinsic Validity*, *Predictive Validity*, *Content Validity*, dan, *Curricular Validity* [7].

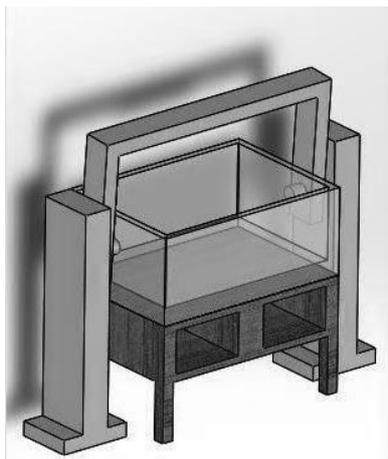
Pemasaran merupakan suatu proses menciptakan serta menawarkan produk yang bernilai guna memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh individu maupun kelompok. [9] Dalam strategi pemasarannya ada tiga elemen penting yang terdiri dari *segmentation*, *targeting* dan *positioning*. Segmentasi merupakan suatu proses menyeragamkan perilaku pasar. *Targeting* adalah proses mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efektif., Selanjutnya perlu dilakukan *positioning*. *Positioning* adalah suatu strategi untuk menempatkan nilai produk yang ditawarkan pada pikiran konsumen yang menjadi target agar terciptanya kesan khusus. *Positioning* akan menjadi lebih penting jika persaingan sudah menjadi sangat sengit [8].

SPSS merupakan software analitik prediktif yang sebenarnya bernama IBM SPSS Statistic 22 Full Version. Software ini banyak digunakan untuk menyelesaikan permasalahan statistika dalam bidang bisnis, masalah riset pada bagian analisis baik pada statistika deskriptif maupun statistika inferensial [10].

## 2. Metode Penelitian

Didalam survei pasar, informasi diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penelitian survei dapat digunakan sebagai eksploratif, deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), yang tak lain berguna untuk menjelaskan evaluasi dan prediksi atau meramalkan kejadian tertentu di masa yang akan datang, penelitian operasional, dan juga pengembangan-pengembangan indikator sosial. Berikut Metode penelitian :

- Hasil *Brainstorming*



Gambar 1. Desain Akhir Fototerapi Bayi Kuning

Spesifikasi hasil *brainstorming* rancangan akhir Fototerapi Bayi Kuning adalah sebagai berikut :

- Terbuat dari : kaca, besi dan kayu
  - Berbentuk : Balok
  - Ukuran kayu : 70 x 50 x 30 (cm)
  - Ukuran kayu : 70 x 50 x 20 (cm)
  - Ukuran besi/tiang :100 (cm)
  - Lampu UV
  - Jumlah kaki 4
  - Fungsi tambahan : 3usid3meter ruang dan 3usid klasik
  - Dapat berputar 360 derajat.
  - Kain tempat tidur : katun
- Data Peluang Pasar (*Market Share*)  
Data yang digunakan sebagai peluang pasar diperoleh dari ahli medis pada Rumah Sakit Siti Hajar dengan jumlah populasi sebanyak 33 orang. Untuk menentukan data peluang pasar dari produk Fototerapi Bayi Kuning ini, maka terlebih dahulu dianalisis dari segi STP (*Segmentation, Targetting dan Positioning*).
  - Penentuan Jumlah Sampel  
Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan metode *sampling* menggunakan metode probability sampling dengan teknik sampling simple random sampling, yaitu sample dipilih dari populasi sedemikian rupa sehingga adanya kesempatan yang sama besar untuk setiap anggota populasi diambil menjadi anggota sampel. Penentuan jumlah sampel menggunakan Konsep Krejcie dan Morgan. Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 31 responden.
  - Tabulasi Kuesioner Terbuka
  - Tabulasi Kuesioner Tertutup
  - Spesifikasi Responden
  - Uji Validitas  
Menggunakan korelasi *Product Moment*, step by stepnya:
    - Ho : Kuisisioner untuk pengumpulan data
    - H1 : Kuisisioner bukan valid
    - $\alpha = 0,05$
    - rhitung
    - Kesimpulan
  - Uji Validitas Produk Pesaing I, II dan III
  - Uji Reabilitas  
Uji reliabilitas pada kuesioner tertutup dengan metode Alpha Cronbach.
  - Uji Reabilitas produk pesaing I,II, dan III
  - Uji Reliabilitas Peringkat
  - Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan Software SPSS

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS 22. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- Diaktifkan *software SPSS 22*
- Pada bagian kiri bawah *window*, klik *Variabel View* dan pada kolom *Name*, masukkan *variabel* berupa a1 sampai a10 pada baris pertama hingga baris kesepuluh seperti Gambar 2.

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10
1	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	3,00	2,00	1,00	5,00	5,00
2	5,00	3,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	2,00	3,00	5,00
3	4,00	5,00	4,00	5,00	3,00	2,00	3,00	3,00	4,00	3,00
4	5,00	3,00	2,00	1,00	5,00	4,00	5,00	4,00	2,00	2,00
5	3,00	4,00	1,00	4,00	5,00	1,00	2,00	5,00	3,00	1,00
6	1,00	2,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	4,00	2,00	5,00
7	2,00	5,00	4,00	2,00	4,00	5,00	1,00	1,00	5,00	2,00
8	1,00	3,00	2,00	5,00	5,00	1,00	3,00	2,00	2,00	5,00
9	5,00	3,00	4,00	3,00	3,00	5,00	1,00	5,00	5,00	1,00
10	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	3,00	2,00	1,00	3,00	4,00
11	4,00	2,00	5,00	1,00	5,00	4,00	5,00	5,00	2,00	2,00
12	3,00	5,00	3,00	2,00	2,00	5,00	1,00	4,00	4,00	5,00
13	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	5,00	2,00	3,00	3,00	1,00
14	5,00	5,00	4,00	5,00	3,00	3,00	5,00	4,00	4,00	2,00
15	4,00	1,00	3,00	3,00	2,00	1,00	1,00	3,00	3,00	4,00
16	3,00	3,00	4,00	2,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	3,00
17	5,00	2,00	3,00	5,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00
18	2,00	4,00	5,00	4,00	1,00	4,00	5,00	5,00	4,00	5,00
19	1,00	3,00	1,00	3,00	4,00	2,00	3,00	3,00	5,00	3,00
20	5,00	2,00	5,00	2,00	2,00	1,00	5,00	4,00	3,00	2,00
21	4,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00
22	1,00	3,00	5,00	4,00	4,00	2,00	5,00	3,00	2,00	1,00
23	2,00	1,00	3,00	2,00	5,00	5,00	4,00	5,00	4,00	5,00
24	3,00	2,00	4,00	1,00	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00

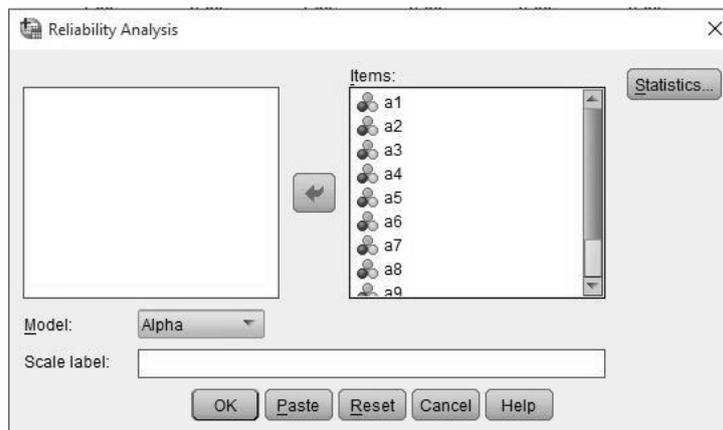
Gambar 2. Tampilan *Variable View*

- Pilih kembali tampilan area kerja *data view* dan masukkan data kinerja yang akan diuji seperti ditunjukkan pada Gambar 3.

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	a1	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
2	a2	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
3	a3	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
4	a4	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
5	a5	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
6	a6	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
7	a7	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
8	a8	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
9	a9	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
10	a10	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Nominal	Input
11											
12											

Gambar 3. Tampilan *Data View*

- Dipilih seperti gambar berikut ini.



Gambar 4. Tampilan Kotak Dialog *Reliability Analysis* Kinerja

- Kemudian dilakukan hal yang sama untuk uji reliabilitas kuesioner harapan, Kelompok III, Pesaing I, Pesaing II, dan Pesaing III.
- Hasil dari perhitungan dengan menggunakan *software SPSS* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 1. Pengujian Realibilitas Data Kinerja Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

Tabel 2. Pengujian Realibilitas Data Harapan Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

Tabel 3. Pengujian Realibilitas Data Kelompok III Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

Tabel 4. Pengujian Realibilitas Data Pesaing I Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

Tabel 5. Pengujian Realibilitas Data Pesaing II Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

Tabel 6. Pengujian Realibilitas Data Pesaing III Menggunakan *SPSS*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,999	10

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Spesifikasi hasil brainstorming rancangan akhir Fototerapi Bayi Kuning adalah sebagai berikut:

- Terbuat dari : kaca, besi, dan kayu.
- Berbentuk : balok.
- Ukuran kaca : 70 x 50 x 30 (cm)
- Ukuran kayu : 70 x 50 x 20 (cm)
- Ukuran besi/tiang :100 (cm)

- Lampu UV
- Jumlah kaki 4
- Fungsi tambahan : termometer ruang dan musik klasik
- Dapat berputar 360 derajat.
- Kain tempat tidur : katun

### 3.1. Keinginan Konsumen

Diperoleh 7 atribut yang sesuai dengan spesifikasi produk yaitu dimensi jumlah. Fototerapi bayi kuning Sedangkan 3 atribut lainnya adalah yang tidak sesuai dengan spesifikasi produk. Hasil dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 7. Tabel *Wish and Demand* Produk

No.	D atau W	Syarat
1	W	Materail meja berbahan kayu
2	D	Warna meja putih
3	W	Jenis lampu yang digunaka adalah lampu bilirubin
4	W	Fungsi tambahan berupa thermometer
5	W	Sudut putar lampu 360 derajat
6	W	Ukuran inkubator 50x40x70 meter
7	W	Jarak anantara lampu dan inkubator adalah 15 cm
8	W	Jumlah kaki pada meja adalah 4
9	W	Jumlah lampu pada bilirubin yang digunakan 1
10	W	Jenis kain yang digunakan adalah kain katun

Jumlah  $W > D$ , hal ini menunjukkan produk yang akan dibuat telah cukup memenuhi keinginan konsumen.

### 3.2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment*. Hasil pengolahan data diperoleh nilai korelasi hitung pada uji validitas masing-masing atribut produk lebih tinggi dari nilai tabel. Hal ini berarti diperoleh hasil yang valid untuk semua jenis atribut. Maka dapat dikatakan kuisisioner merupakan instrumen yang valid serta bisa dipergunakan untuk menemukan suatu permasalahan.

### 3.3. Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas yang didapat dari pengolahan data berdasarkan kuesioner tertutup memiliki nilai lebih dari 0,210 yaitu nilai kritik dari *Alpha Cronbach*. Maka dapat dikatakan bahwa kuesioner bersifat reliabel dan dapat digunakan.

### 3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan Software SPSS

Hasil dari uji validitas dan uji reabilitas yang dilakukan *software Microsoft Excel* secara manual menghasilkan nilai yang sama dengan perhitungan menggunakan *Software SPSS 22* namun tidak 100% sama, dikarenakan perbedaan nilai dibelakang koma (.).

### 3.5. Diagram Importance dan Performance Matrix (Peta Posisi Produk)

Dari peta posisi produk Fototerapi bayi kuning dapat diketahui bahwa:

- Produk Kelompok III pada kuadran A, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang rendah.
- Produk pesaing I dan III berada pada bagian C artinya produk mempunyai tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang rendah.
- Produk Pesaing II pada kuadran D, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) rendah dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi.

Peta posisi setiap atribut berdasarkan rekapitulasi kinerja dan harapan dari kuesioner tertutup memberikan hasil sebagai berikut . Analisis dari peta posisi atribut produk adalah sebagai berikut ini :

- Kuadran A (prioritas utama) atau *attributes to improve* ialah wilayah yang berisi faktor-faktor penting tapi ternyata belum memenuhi keinginan yang diinginkan (rendahnya tingkat kepuasan). Putih adalah atribut yang ada pada kuadran ini.

- Kuadran C (prioritas rendah) atau *attributes to maintain* adalah wilayah yang terdiri atas faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu memuaskan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini, yaitu termometer, kayu, 15, kain katun, bilirubin dan 360.
- Kuadran D (pelayanan berlebihan) atau *main priority* ini merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan, artinya harapan pelanggan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan hampir terpenuhi dibandingkan dengan nilai variabel-variabel lain. Pada kuadran ini terdapat 1.

#### 4. Kesimpulan

Keinginan dan kebutuhan konsumen dilihat berdasarkan hasil dari kuisiонер terbuka yang dinilai dan dibandingkan dengan spesifikasi produk. Oleh karena itu, diperoleh 7 atribut yang sesuai dengan spesifikasi produk yaitu dimensi jumlah. Fototerapi bayi kuning Sedangkan 3 atribut lainnya adalah yang tidak sesuai dengan spesifikasi produk. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi product moment. Maka dapat dikatakan kuisiонер merupakan instrumen yang tepat dan dapat dipergunakan untuk menemukan inti permasalahan. Hasil dari uji reliabilitas yang didapat dari pengolahan data berdasarkan kuisiонер tertutup memiliki nilai lebih dari 0,210 yaitu nilai kritik dari Alpha Cronbach. Maka dapat dikatakan bahwa kuisiонер bersifat reliabel dan dapat digunakan. Hasil dari uji validitas dan uji reabilitas yang dilakukan secara manual dengan menggunakan software Microsoft Excel menghasilkan nilai yang sama dengan perhitungan menggunakan Software SPSS 22 namun tidak 100% sama, dikarenakan perbedaan nilai dibelakang koma (.). Dari peta posisi produk Fototerapi bayi kuning dapat diketahui bahwa:

- Produk Kelompok III pada kuadran A, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang rendah.
- Produk pesaing I dan III berada pada kuadran C yang artinya produk memiliki tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang rendah.
- Produk Pesaing II pada kuadran D, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) rendah dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi.

#### Referensi

- [1] Nurani, S. R. (2018). Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 2 (2), 127-130.
- [2] Sinulingga, Sukaria (2014) *Metode penelitian*, Medan: USU Press
- [3] Singarimbun, Masri, (2008) *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Pustaka LP3ES
- [4] Ginting, Rosnani (2009) *Perancangan Produk*, Medan USU Press
- [5] Sinulingga Sukaria (2015) *Metode Penelitian*, Medan: USU Press
- [6] Panudju, A. (2003). Pengaruh Kompensasi dan Karakteristik pekerjaan terhadap kepuasan kerja karyawan unit produksi PT. X Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, 1 (2), 4-17.
- [7] Ginting, Rosnani (2013) *Perancangan Produk*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Yogyakarta: Graha Ilmu
- [8] Abdullah Amrin (2007) *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta.
- [9] Erdiasa Nursaman (2012) *Strategi Pemasaran (STP)*, Diakses pada 20 November 2018 pukul 20.58 WIB.
- [10] Getut, Pramesti (2016) *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*. Jakarta