



**PAPER – OPEN ACCESS**

## Survei Pasar pada Desain Produk dari Sterilized Cotton Storage

Author : Jansen Stanlie dkk.,  
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1065  
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-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



## Survei Pasar pada Desain Produk dari *Sterilized Cotton Storage*

Jansen Stanlie<sup>1</sup>, Annisa Rahma Lubis<sup>2</sup>, Erlawan S.<sup>3</sup>, Juliantonius K. N.<sup>4</sup>

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

Jansen.stanlie455@gmail.com, annisarahmalbs06@gmail.com,erlawansitumorang1@gmail.com, khomanj@gmail.com

### Abstrak

Pemasaran yang baik tentang bagaimana barang atau jasa hasil produksi dapat dikenal dan dibeli oleh masyarakat, dan pemasaran yang tepat itu bukanlah kebetulan, melainkan hasil dari eksekusi dan perencanaan yang cermat. Praktik Pemasaran harus terus-menerus ditingkatkan dan diperbaharui, hal ini tentunya tidak terlepas dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Perusahaan untuk mencapai pemasaran yang baik tentunya harus merencanakan produk dan jasa terlebih dahulu, menentukan harga, melakukan survei pasar, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa pada konsumen pada akhirnya. Maka dari itu, Peneliti melakukan survey pasar pada produk Sterilized Cotton Storages agar didapat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memenuhi keinginan pasar, dengan melakukan segmentasi, targeting, positioning yang kemudian didapat lokasi di Rumah sakit gigi dan mulut Universitas Sumatera Utara dengan umur responden sekitar 20-30 tahun, serta tingkat ekonomi menengah. Teknik sampling yang digunakan ialah teknik probability yaitu dengan metode simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 32 orang responden yang didapat dari hasil perhitungan Krisjje Morgan. Hasil dari penyebaran kuesioner tersebut diukur dan memperoleh hasil yang valid dan reliable. Dengan bantuan software SPSS, Peta posisi produk Sterilized Cotton Storages terletak pada kuadran B, artinya produk Sterilized Cotton Storages memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.

Kata Kunci: Sterilized Cotton Storage, Survei Pasar, Teknik Sampling

### Abstract

*Good marketing of how goods or services produced can be known and bought by the public, and proper marketing is not accidental, but the result of careful execution and planning. Marketing practices must be constantly improved and renewed, this is certainly inseparable from the needs and desires of these consumers. Companies to achieve good marketing must of course plan products and services in advance, determine prices, conduct market surveys, promote and distribute goods and services to consumers in the end. Therefore, the researcher conducted a market survey on the Sterilized Cotton Storages products in order to obtain products that are in accordance with the wishes of the consumers and fulfill the market's dignity, by segmenting, targeting, positioning and then obtaining the location in the dental and oral hospital of the University of North Sumatra with the age of the respondents around 20-30 years, as well as the middle economic level. The sampling technique used is the probability technique with a simple random sampling method with a total of 32 respondents obtained from the calculation of Krisjje Morgan. The results of the distribution of the questionnaire were measured and obtained valid and reliable results. With the help of SPSS software, the position map of the Sterilized Cotton Storages product is located in quadrant B, meaning that the Sterilized Cotton Storages product has the attributes desired by the customer that can satisfy the customer's desires.*

Keywords: Sterilized Cotton Storage, Market Surveys, Sampling Technique

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Definisi dari Pemasaran adalah mengenai suatu cara memperoleh barang dan jasa hasil produksi dapat diketahui dan diminati pada masyarakat umum secara luas dan pemasaran yang baik tersebut tidak hanya kebetulan, tetapi juga merupakan suatu eksekusi dan perencanaan yang tepat dan cermat. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan selalu ditingkatkan serta diperbaharui, hal tersebut pastinya tidak terlepas dari kebutuhan dan minat dari calon pembeli tersebut. Hal yang dapat dilakukan oleh Perusahaan untuk mendapatkan pemasaran yang terbaik diperlukan perancangan produk dan jasa dengan menetapkan harga, melakukan survei pasar, mempromosikan, dan terakhir menyalurkan barang dan jasa tersebut pada pembeli.[1]

Pengertian dari *Sampling* adalah suatu kegiatan pemerolehan sampel dari populasi dengan cara tertentu melalui pemaknaan ciri khas populasi yang dapat diketahui atau didekati. Kata cara tertentu mengandung arti mengenai jumlah elemen yang ditarik dan cara penarikannya harus sesuai dengan aturan tertentu agar sampel yang didapat bisa mewakili ciri khas populasi sampel tersebut diperoleh atau ditarik [2].

Banyaknya sampel atau jumlah sampel yang diperoleh menjadi permasalahan utama dimana penelitian yang akan dilakukan ialah penelitian dengan mengutamakan analisis kuantitatif. Pada penelitian yang mengutamakan analisis kualitatif ini, ukuran sampel tidak merupakan faktor penentu, karena yang diutamakan adalah Bentuk informasi. meskipun jumlahnya sedikit tetapi apabila kaya akan informasi, akan membuat sampel tersebut jauh lebih berguna [3].

Kuesioner memiliki arti sebagai beberapa pertanyaan tertulis yang dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai dirinya, atau suatu hal yang diketahuinya. Dalam penelitian, penggunaan kuesioner adalah suatu hal yang sangat penting dalam pengumpulan data [4].

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap desain produk *Sterilized Cotton Storages*
- Mengetahui tahapan-tahapan dalam melakukan survei pasar pada desain produk *Sterilized Cotton Storages*

## 2. Metode Penelitian

Berikut ini adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam melakukan survei pasar pada desain produk *Sterilized Cotton Storages* yaitu sebagai berikut:

### 2.1. Segmentasi, Targetting dan Positioning

Secara umum pengertian dari Segmentasi pasar ialah kegiatan untuk mengubah pasar menjadi beberapa bagian konsumen agar lebih homogen, dan setiap bagian konsumen tersebut kemudian dipilih salah satu menjadi target pasar untuk diperoleh perusahaan melalui strategi pemasarannya. Dengan menggunakan ini, suatu perusahaan dapat menghasilkan sebuah produk bisa lebih khusus dan dapat memenuhi keinginan beberapa pasar yang merupakan sasarannya. *Targetting* didefinisikan sebagai pengalokasian sumber daya perusahaan yang efektif, atau memilih target pasar yang sesuai. Unsur terakhir yang diperlukan adalah *positioning*. *Positioning* sangat utama mengenai merek atau *trademark* suatu perusahaan.[5]

### 2.2. Penentuan jumlah ukuran sampel

Banyaknya sampel yang diperoleh merupakan permasalahan yang utama dimana penelitian yang akan diadakan adalah penelitian yang menggunakan atau mengutamakan analisis kuantitatif. Pada penelitian yang mengutamakan analisis kualitatif, ukuran sampel tidak merupakan faktor penentu, karena yang diutamakan adalah Bentuk informasi. Tabel Krajcic Morgan sangat sederhana untuk dipahami dan mudah diaplikasikan, karena secara fungsional hanya terdapat dua kolom utama, yaitu kolom mengenai ukuran populasi (N) dan kolom mengenai ukuran sampel (n). Adapun Rumus yang digunakan oleh Krajcic Morgan adalah sebagai berikut :[6]

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + P(1-P)} \quad (1)$$

### 2.3. Penentuan Teknik sampling

Pengertian dari *Sampling* adalah suatu kegiatan pengambilan sampel dari populasi yang melewati mekanisme tertentu melalui pemaknaan ciri khas populasi yang dapat diketahui atau didekati. Kata mekanisme tertentu berarti pemaknaan mengenai jumlah elemen yang ditarik dan cara penarikan elemennya harus sesuai dengan aturan tertentu, sehingga sampel yang didapat mampu atau dapat mewakili ciri khas populasi dari mana sampel tersebut diambil atau ditarik. Garis besar pada cara penarikan sampel dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu *probability sampling*, dan *non-probability sampling*. [7]

#### 2.4. Kuesioner Terbuka dan kuesioner Tertutup

Kuesioner memiliki arti sebagai beberapa pertanyaan tertulis yang dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan suatu informasi mengenai laporan tentang dirinya, atau hal-hal yang diketahuinya. dalam setiap penelitian, pengumpulan data didapatkan dengan memakai kuesioner. Tujuan utamanya agar mendapatkan informasi yang sesuai dan berkaitan pada tujuan survei dengan mekanisme menjawab sejumlah pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada responden yang akan diteliti. Kuesioner ini wajib diisi dengan kata-kata yang jelas, mudah dipahami dan harus sesuai dengan tujuan penelitian itu sendiri.

Terdapat empat komponen utama dalam kuesioner, yaitu :

- Terdapat dua subjek, yaitu individu atau Lembaga bersangkutan yang melakukan penelitian.
- Terdapat ajakan, yaitu permintaan dari peneliti untuk ikut dalam mengisi kuisisioner secara aktif dan objektif terhadap pertanyaan yang tersedia.
- Terdapat petunjuk dalam pengisian kuesioner, yang mana petunjuk tersebut haruslah jelas dan mudah dipahami.
- Terdapat pertanyaan beserta kolom untuk responden menjawab pertanyaan. Dalam membuat pertanyaan juga diperlukan bagian untuk identitas responden.

Kuesioner dapat dibedakan berdasarkan cara menjawabnya

- Kuesioner terbuka, diharuskan responden untuk menjawab kuesioner dengan pendapat sendiri tanpa dibatasi.
- Kuesioner tertutup, merupakan kuesioner dimana jawaban telah diberikan sehingga responden dapat memilih jawaban sesuai dengan pilihan yang diberikan.[8]

#### 2.5. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Validitas merupakan suatu besar atau jumlah yang mengarah pada derajat kesesuaian antara data yang telah diperoleh dengan data sebenarnya yang terdapat pada sumber data. Suatu instrumen dianggap valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan. [9]. Reliabilitas suatu instrumen dapat dinilai menggunakan beberapa uji reliabilitas. Beberapa uji reliabilitas suatu instrumen yang pada umumnya digunakan , yaitu: *test-retest*, ekuivalen, serta *internal consistency*. *Internal consistency* sendiri mempunyai sejumlah teknik uji yang berbeda. Teknik uji reliabilitas *internal consistency* terdiri dari beberapa jenis yakni: uji split half, KR 20, KR 21, dan Alfa Cronbach. Namun, setiap uji mempunyai ciri instrumen tersendiri sesuai dengan Teknik pengujiannya. [10]

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Berikut merupakan hasil dan pembahasan dari survei pasar produk *Sterilized Cotton Storage*, yaitu:

#### 3.1. Segmentasi, Targetting, dan Positioning

Segmentasi pasar dilakukan berdasarkan 3 variabel utama yaitu berdasarkan geografis, demografis dan psikografis. Targetting dilakukan dengan tujuan untuk memilih, menyeleksi dan menjangkau pasar dari segmen yang luas menjadi fokus pemasaran yang lebih kecil dan rinci, Positioning dilakukan untuk menciptakan pandangan konsumen terhadap produk agar konsumen lebih mengetahui produk tersebut. Target utama dalam pemasaran produk *Sterilized Cotton Storage* ialah pada para tenaga medis khususnya dokter gigi yang bekerja di Rumah sakit gigi dan mulut USU dengan rentang tahun 20-30 tahun dan kelas sosial menengah.

#### 3.2. Penentuan Jumlah Sampel

Metode *sampling* yang digunakan *simple random sampling*. Teknik pengambilan sampel ini dengan teknik sampling dimana populasi terdapat kesempatan yang sama dan dijadikan sampel dan hal ini diambil secara acak. Populasi yang diambil adalah perawat dan staff p. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Krecjie-Morgan* yaitu:

$$n = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + P(1-P)} \quad (2)$$

$$n = \frac{3,841 \times 35 \times 0,5 \times (1-0,5)}{(35-1) \times 0,05^2 + 3,841 \times 0,5(1-0,5)} = 32,15 \approx 32 \text{ responden}$$

Dari perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 32 responden. Keterangan :

- Asumsi tingkat kemampuan 95 % karena menggunakan nilai  $X^2 = 3,841$  ,artinya memakai  $\alpha = 0,05$  pada derajat bebas

- Asumsi keragaman populasi yang dimasukkan dalam perhitungan adalah P (1-P) dimana P = 0,5.
- Asumsi nilai galat pendugaan 5 % (d = 0,05).

3.3. Hasil Kuesioner Terbuka dan Tertutup

Setelah kuesioner terbuka disebar dan datanya dikumpulkan, maka kuesioner tertutup disusun dan diberikan kepada 32 orang responden. Penyusunan kuesioner tertutup di dapat dari hasil modus dari kuesioner terbuka. Pada kuesioner tertutup ini dicantumkan juga 3 produk pesaing yang sejenis. Selanjutnya, responden diminta untuk memberikan penilaian pada setiap atribut dari produk rancangan maupun produk pesaing yang ada di kuesioner terbuka menurut skala Likert.

Tabel 1. Atribut yang Digunakan dalam Kuesioner Tertutup

Primer	Sekunder	Tersier
Desain	Dimensi	10cm x 5cm
	Warna	Hitam
	Motif	polos
	Bahan Dasar	Stainless steel
	Bentuk alat	Tabung
	Bentuk cetakan	bulat
Fungsi	Posisi pegas	Dibawah
	Fungsi Tambahan	Tempat Pinset
	Hiasan Tambahan	Stiker gigi
	Bahan Tambahan	Kaca

3.4. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan teknik analisis korelasi dengan rumus Korelasi *Product Moment* yang dikembangkan dan diteliti oleh *Pearson* karena pertanyaan diukur dengan menggunakan skala interval. Pengukuran rumus yang digunakan ialah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n\sum X^2) - (\sum X)^2][(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \tag{3}$$

Dimana :

- X : merupakan Jumlah seluruh jawaban responden per pertanyaan
- Y : merupakan Jumlah seluruh jawaban pertanyaan per responden
- N : merupakan Jumlah total keseluruhan responden
- xy : merupakan Koefisien(ketetapan) *Product Moment*

Pengujian validitas ini menggunakan korelasi *Product Moment*. Langkah- langkah pengujian adalah sebagai berikut :

- H<sub>0</sub> : Atribut yang digunakan adalah instrumen yang valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data
- H<sub>1</sub> : Atribut yang digunakan bukan merupakan instrumen yang valid
- Taraf signifikan yang digunakan adalah α = 0,05
- Wilayah kritis *Product Moment* dengan nilai α = 0,05 dan N = 32 pada r tabel= 0,349.
- Perhitungan r hitung :

$$r_{xy} = \frac{(32 \times 3530) - (107)(1016)}{\sqrt{[(32 \times 417) - (107)^2][(32 \times 33534) - (1016)^2]}}$$

$$= 0,4829$$

- Kesimpulan : Karena r hitung > r tabel (0,4829 > 0,349) maka H<sub>0</sub> dapat diterima, berarti kuesioner yang digunakan adalah instrumen yang valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Atribut *sterilized cotton storage*

Atribut	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Dimensi	0,4829	0,349	Valid
Warna	0,3713	0,349	Valid
Motif	0,4278	0,349	Valid
Bahan Dasar	0,4834	0,349	Valid
Bentuk alat	0,5506	0,349	Valid
Bentuk cetakan	0,3821	0,349	Valid
Posisi pegas	0,5277	0,349	Valid
Fungsi Tambahan	0,3771	0,349	Valid
Hiasan Tambahan	0,4571	0,349	Valid
Bahan Tambahan	0,4655	0,349	Valid

Uji validitas juga dilakukan terhadap kinerja atribut produk *sterilized cotton storage*, harapan atribut produk *sterilized cotton storage*, pesaing dari produk *sterilized cotton storage*.

### 3.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada kuesioner tertutup dengan metode *Alpha Cronbach* dapat dihitung dengan menggunakan rumus seperti berikut.

$$\sigma_{x1}^2 = \frac{418 - \frac{108^2}{32}}{32} = 1,6719$$

Tabel 3. Hasil Pengujian Reabilitass *sterilized cotton storage*

Atribut	$\sigma_{x1}^2$ hitung
Dimensi	1,6719
Warna	1,9443
Motif	1,8086
Bahan Dasar	1,8896
Bentuk alat	2,3594
Bentuk cetakan	1,9023
Posisi pegas	2,0303
Fungsi Tambahan	1,6240
Hiasan Tambahan	1,9023
Bahan Tambahan	1,8711

Uji reliabilitas juga dilakukan terhadap kinerja atribut produk *sterilized cotton storage*, harapan atribut produk *sterilized cotton storage*, pesaing dari produk *sterilized cotton storage*.

$$\begin{aligned} \sum \sigma_b^2 &= \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + \sigma_3^2 + \dots + \sigma_{10}^2 \\ &= 1,6719 + 1,9443 + 1,8086 + \dots + 1,8711 \\ &= 19,0039 \\ r &= \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{19,004}{47,402} \right) = 0,6657 \end{aligned}$$

Dari data hasil perhitungan diatas, didapat bahwa data, karena nilai koefisien reliabilitas yang dihitung lebih besar dari r kritis yaitu sebesar 0,349 ( $0,6657 > 0,349$ ). Setelah itu dilakukan juga Uji reliabilitas Peringkat

Tabel 4. Perhitungan Uji Reliabilitas *Ranking*

Produk	Rank				Jumlah
	1	2	3	4	
Kelompok I	14	12	3	3	32
Pesaing I	10	8	7	7	32
Pesaing II	6	5	8	13	32
Pesaing III	2	7	14	9	32
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>128</b>

Langkah-langkah pengujian reliabilitas:

- $H_0$  : Kuesioner yang digunakan merupakan instrumen yang reliabel dan dapat digunakan
- $H_1$  : Kuesioner yang digunakan bukan merupakan instrumen yang reliabel
- Taraf signifikan yang digunakan  $\alpha = 0,05$ .
- Menentukan wilayah kritis.
- Dari tabel harga kritis *Spearman Brown* dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $N = 4$  diperoleh  $r_{\text{tabel}} = 0,210$ , maka diperoleh wilayah kritis adalah  $r > 0,210$ .
- Perhitungan  $r$  :

$$\begin{aligned} \rho &= 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2-1)} \\ &= 1 - \frac{6 \times 2}{4((4)^2-1)} \\ \rho &= 0,8000 \end{aligned}$$

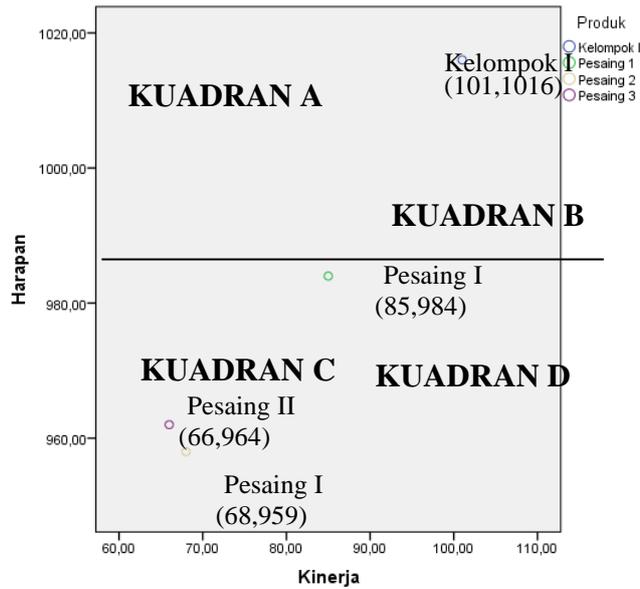
Kemudian dari angka korelasi *Spearman* yang didapat tersebut akan dicari koefisien reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r &= \frac{2 \times \rho}{1 + \rho} \\ &= \frac{2 \times 0,8000}{1 + 0,8000} \\ r &= 0,8889 \end{aligned}$$

- Kesimpulan :  
Karena didapat nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,8889 > 0,2100$ ) maka ditetapkan bahwa  $H_0$  diterima. Yang artinya kuesioner yang digunakan merupakan instrumen yang reliabel atau dapat di percaya dan dapat digunakan.

### 3.6. Peta Posisi Produk

Peta posisi produk *sterilized cotton storage* dan 3 pesaing lainnya dengan menggunakan *software SPSS* ditunjukkan pada Gambar 2

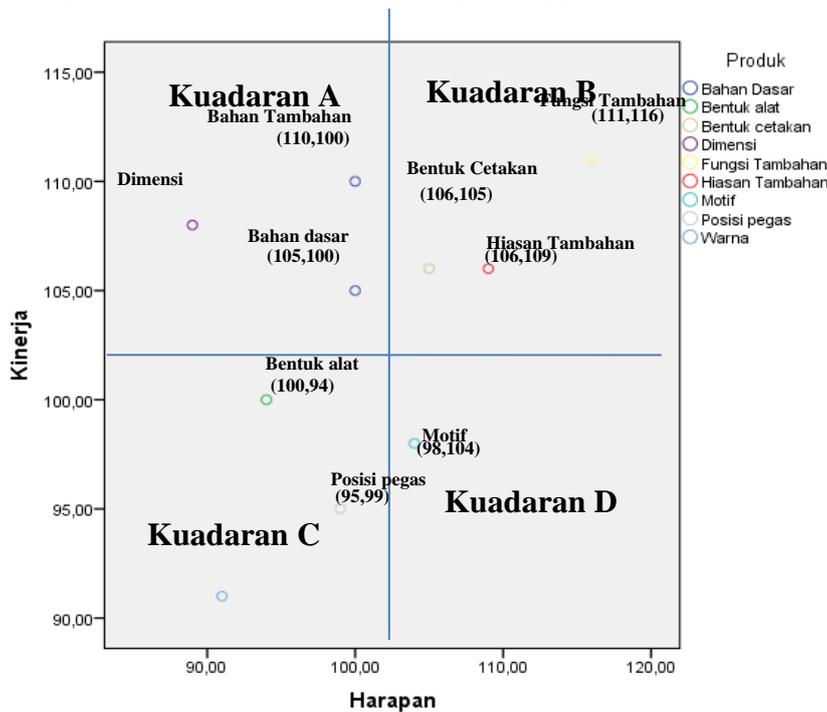


Gambar 2. Peta Posisi Produk *sterilized cotton storage*

Analisis dari peta posisi produk *Sterilized Cotton Storage* adalah sebagai berikut:

- Produk *Sterilized Cotton Storage* pada kuadrant B, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi. Artinya produk *Sterilized Cotton Storage* memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan
- Produk pesaing I berada diantara kuadrant B yang artinya produk memiliki tingkat performansi yang tidak terlalu tinggi dan tingkat utilitas (kinerja) yang tidak terlalu tinggi.
- Produk pesaing II berada pada kuadrant C yang artinya produk memiliki tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang rendah.
- Produk pesaing III berada pada kuadrant C yang artinya produk memiliki tingkat utilitas rendah dan tingkat performansi yang rendah.

Peta posisi atribut produk *sterilized cotton storage* dengan menggunakan *software SPSS* ditunjukkan pada Gambar



Gambar 3. Peta Posisi Atribut *sterilized cotton storage*

Analisis dari peta posisi atribut produk adalah sebagai berikut ini.

- Kuadran A adalah wilayah (kinerja dipertahankan) atau *maintain performance*, yang berisi semua faktor-faktor yang dimana sudah mencukupi permintaan pada pelanggan dan sehingga tingkat kepuasan dapat lebih tinggi daripada sebelumnya. Atribut yang terdapat yaitu bentuk cetakan, hiasan tambahan dan fungsi tambahan.
- Kuadran B adalah wilayah (prioritas utama) atau *attributes to improve* yang berisi semua faktor-faktor utama yang diberikan untuk pelanggan namun pada realitanya terdapat faktor yang kurang sesuai pada yang diinginkan (tingkat kepuasan diperoleh sangat rendah). Atribut yang terdapat yaitu dimensi, bahan dasar dan bahan tambahan.
- Kuadran C merupakan wilayah (prioritas rendah) atau *attributes to maintain* yang berisi faktor-faktor yang dianggap masih kurang penting dan realitanya kinerjanya juga tidak terlalu utama. Atribut yang terdapat yaitu warna, posisi pegas dan bentuk alat.
- Kuadran D adalah wilayah (prioritas utama) atau *main priority* yang memuat faktor dinilai kurang penting dan masih terlalu berlebihan, artinya harapan pelanggan pada variabel-variabel yang bersangkutan hampir terpenuhi dibandingkan dengan nilai variabel-variabel lain. Pada kuadran ini terdapat atribut motif.

#### 4. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari perancangan dan pengembangan produk *Sterilized Cotton Storage* ini adalah sebagai berikut:

- Strategi pemasaran yang dilakukan dengan pemilihan lokasi konsumen yang dekat dengan lokasi produksi yaitu Medan dan usia yang dipilih yaitu 20-30 tahun, serta tingkat ekonomi menengah
- Metode dan penentuan jumlah sampel yang dilakukan ialah metode *probability sampling* dengan teknik *sampling yaitu simple random sampling* dimana populasi terdapat kesempatan yang sama dan dijadikan sampel. Sedangkan dalam penentuan jumlah sampel dapat menggunakan metode Krecjic-Morgan dan dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 32 responden.
- Berdasarkan Hasil uji perhitungan validitas dan reliabilitas, didapatkan bahwa data data hasil pengukuran kuesioner bersifat valid dan juga *reliable*
- Peta Posisi Produk *Sterilized Cotton Storage* terletak pada kuadran B, yang artinya produk *Sterilized Cotton Storage* memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.

#### Referensi

- [1] Ulu. A. A. (2013). "Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado". Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 1(4)
- [2] Sinulingga, Sukaria. (2015). "Metode Penelitian". Medan: USU Press.
- [3] Sinulingga, Sukaria. (2011). "Metode Penelitian". Medan: USU Press.
- [4] Ginting, Rosnani. (2013). "Perancangan Produk". Yogyakarta: Graha Ilmu
- [5] Yuliana, Rahmi.. (2013). "Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian". Semarang : STIE.
- [6] Ginting, Rosnani. (2013). "Rancangan Teknik Industri". Medan: USU Press
- [7] Ginting, Rosnani. (2020). "Kuesioner Alat Ukur Kepuasan Konsumen Terhadap Produk". Medan : UsuPress.
- [8] Ginting, Rosnani. (2010). "Perancangan Produk". Yogyakarta: Graha Ilmu
- [9] Ginting, Rosnani. (2020). "Perancangan dan Pengembangan Produk". Medan:UsuPress
- [10] Yusup, Febrianawati. (2019) "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif". Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan. 7(1)