



**PAPER – OPEN ACCESS**

## Survei Pasar terhadap Produk Tongkat (Walker) Duduk Bagi Lansia

Author : Hizkia Ginting dkk.,  
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1080  
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 terhadap Produk Tongkat (*Walker*) Duduk Bagi Lansia

Hizkia Ginting<sup>a</sup>, Eranisa Surbakti<sup>b</sup>, Jelita Siahaan<sup>c</sup>, Ibnu Fadhil<sup>d</sup>

<sup>a,b,c,d</sup>Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara

Jl. Almamater Kampus USU, Medan 20155

hizkia.ginting46@gmail.com, eranisabrsurbakti@gmail.com, jelitarhs16@gmail.com, onokjr11@gmail.com

### Abstrak

Survei merupakan alternatif metode komunikasi dengan mengajukan pertanyaan pada responden dan merekam jawabannya untuk dianalisis lebih lanjut. Permasalahan dalam teknik survei lebih terkait dengan pembuatan kuesionernya karena berhubungan langsung dengan daya tanggap responden. Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan metode *sampling*, dimana pengumpulan data yang hanya mengambil sebagian elemen populasi atau karakteristik yang ada dalam populasi. Dan metode *sampling* yang digunakan adalah metode *probability sampling* dengan teknik *sampling* yaitu *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dengan semua objek atau elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan untuk penentuan jumlah sampel menggunakan metode *Harry King* dan dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 30 responden dari sebanyak 33 orang di dalam populasi.

Langkah yang dilakukan selanjutnya adalah membuat kuesioner. Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner terbuka dan kuisisioner tertutup. Kuisisioner tersebut berguna untuk menentukan karakteristik produk yang diharapkan oleh konsumen. Hasil pengujian validitas dan uji reabilitas data kuisisioner baik secara manual maupun dengan *software SPSS* didapatkan hasil yang sama bahwa seluruh data valid dan reliabel. Pada peta posisi produk, *Walker* berada pada kuadran B, produk pesaing I berada pada kuadran D, produk pesaing II berada pada kuadran A dan produk pesaing III berada pada kuadran C.

Kata Kunci : Survei Pasar, Kuesioner, Reabilitas dan Validitas

### Abstract

*Surveys are an alternative method of communication by asking questions to respondents and recording their answers for further analysis. Problems in the survey technique are more related to making the questionnaire because it is directly related to respondent responsiveness. Data retrieval is done by sampling method, where data collection that only takes a portion of the population or characteristics of the population. And the sampling method used is the probability sampling method with a sampling technique that is simple random sampling which is a way of taking samples with all objects or elements of the population have the same opportunity to be selected as a sample. As for determining the number of samples using the Harry King method and from the calculation results obtained a sample size of 30 respondents from as many as 33 people in the population.*

*The next step is to make a questionnaire. The questionnaire is a number of written questions that are used to obtain information from the respondent in the sense of a report about his personality, or things he knows. The questionnaire used was open questionnaire and closed questionnaire. The questionnaire is useful for determining product characteristics expected by consumers. The results of testing the validity and reliability testing of the data both manually and with SPSS software obtained the same results that all data are valid and reliable. On the product position map, Walker is in quadrant B, competitor product I is in quadrant D, competitor product II is in quadrant A and competitor product III is in quadrant C.*

*Keywords: Market Survey, Questionnaire, Reliability and Validity*

### 1. Pendahuluan

Semua manusia yang telah berumur akan mengalami kemunduran fungsi (*degradation of function*) secara perlahan namun pasti. Kemunduran daya keseimbangan tubuh menjadi salah satu contoh.[1] Solusi dari masalah tersebut adalah dapat dengan penggunaan alat bantu berjalan. Salah satunya adalah tongkat. Seiring dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi, alat-alat kesehatan terus berkembang dan tidak terkecuali pada tongkat. Perubahan yang dibuat dapat dari segi bentuk hingga bahan yang digunakan. Beberapa diantara tongkat-tongkat tersebut ada yang dinamakan *walker*. [2] *Walker* merupakan suatu tongkat setinggi pinggang dan berbahan pipa logam yang sangat ringan, dan mudah dipindahkan saat digunakan berjalan. Memiliki empat buah kaki yang kokoh adalah ciri dari *walker*. [3]

Penelitian menurut J. Suprpto M A ialah menyelidiki dari suatu bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta atau prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati serta sistematis. Berdasarkan pada tujuannya, penelitian bisa diartikan sebagai usaha untuk memperoleh, mengembangkan dan memastikan suatu pengetahuan itu benar atau tidak.[4] Berdasarkan pada referensi [5], penelitian merupakan aspek penting bagi kehidupan manusia dimana merupakan sebagai suatu kegiatan ilmiah. Adapun penyebab hal tersebut antara lain: (1) sebagai makhluk sosial untuk terus berkembang sejalan dengan perkembangan kehidupan, (2) para ilmuwan terdorong untuk terus melakukan penelitian dan pengembangan pada penemuannya didukung dengan berkembangnya teknologi dan inovasi, dan (3) selain adanya rasa ingin tahu, juga didorong oleh tuntutan praktis untuk peneliti di lapangan.

Survei merupakan suatu metode komunikasi dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden lalu mengumpulkan jawabannya untuk selanjutnya dianalisis. Terkait dengan pembuatan kuesioner yang mana mengharuskan untuk berhubungan langsung dengan responden merupakan permasalahan dalam teknik survei. Untuk dapat menjawab dan menyelesaikan kuesioner, perlu adanya pemahaman yang diberikan. Maka untuk memperoleh hasil yang sesuai, kuesioner harus dirancang komprehensif untuk survei galangan sehingga perlu diketahui informasi mengenai latar belakang dari responden untuk dapat menentukan kapasitas produksi per-satuan waktu dari masing-masing aktivitas.[6]

Pemasaran merupakan aktivitas dalam bidang perekonomian yaitu membantu dalam menciptakan nilai ekonomi untuk menentukan harga barang dan jasa. Produksi, pemasaran, dan konsumsi menjadi faktor yang penting untuk menciptakan nilai ekonomi tersebut. Sehingga pemasaran menghubungkan kegiatan produksi dengan konsumsi.[7] Itu sebabnya survei pasar sangat penting dalam bisnis yaitu untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pasar atau masyarakat serta bagaimana pesaing bisnis. Dengan begitu dapat dibuat produk ataupun jasa yang sesuai dengan keinginan pasar dan bertahan di dalam persaingan pasar. Riset pasar juga dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai siapa saja yang membutuhkan, dimana saja dan bagaimana kualitas yang diharapkan, serta hal yang tidak kalah penting juga yaitu potensi permintaan dari konsumen dan kapan waktu permintaan meningkat atau menurun. Sebelum melakukan survei pasar, tentu sudah ada *targetting* dan *positioning* yang telah ditentukan sebelumnya. Dilakukannya *targetting* adalah untuk pemilihan, penyeleksian dan penjangkauan pasar dari segmen pasar yang kemudian akan menjadi fokus pemasaran. Segmen yang dipilih dan potensial untuk menjadi targer pasar dalam melakukan penjualan produk tingkat *walker* adalah sebagai berikut: target kota adalah Medan pada lansia dengan rentang umur 55-90 tahun dan kelas sosial menengah. Sedangkan *positioning* dilakukan agar konsumen lebih berminat dan dapat mengingat produk dengan baik karena adanya *image* produk yang menarik bagi mereka. Adapun tiga tahap untuk melakukan kegiatan *positioning* produk yaitu antara lain identifikasi target, merumuskan *point of differentiation*, melakukan strategi dalam menjalankan *positioning* (strategi *product*, strategi *price*, strategi *promotion* dan strategi *place*).

Survei Pasar terhadap produk tingkat *walker* ini dilakukan di panti jompo. Produk tingkat *walker* yang akan dirancang merupakan hasil kesimpulan dari *brainstorming* yang telah selesai dilakukan. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui spesifikasi tingkat *walker* yang sesuai dengan keinginan konsumen yang diwakilkan oleh lansia di panti jompo sebagai sampel, kemudian membandingkannya dengan spesifikasi dari perancang lain.

## 2. Metode Penelitian

Data penelitian diperoleh dari hasil survei dengan teknik kuesioner dimana dilakukan penyebaran kuesioner pada beberapa responden yang memenuhi kriteria.[8] Dengan melakukan kuesioner, dapat dipelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang mungkin dipengaruhi oleh sistem dimana dia berada.[9] Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner merupakan salah satu hal yang penting pada penelitian. Responden yang dipilih menjawab dan menyelesaikan kuesioner dengan baik sehingga tercapai tujuan dari penyebaran kuesioner yaitu memperoleh informasi atau data yang relevan. Untuk itu, pertanyaan harus disusun dengan jelas dan sesuai dengan data yang diinginkan. Ada beberapa kuesioner yang digunakan antara lain kuesioner terbuka, dimana diberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri tanpa dibatasi oleh apapun. Dari modus kuesioner terbuka kemudian disusun kuesioner tertutup. Pada kuesioner ini telah diberikan pilihan jawaban sehingga responden tinggal memilih salah satu dari pilihan tersebut.

Sampel dalam survey ini adalah lansia berumur 55-90 tahun di sebuah panti jompo yang memiliki populasi 33 orang. Dimana metode sampling adalah cara pengumpulan data yang hanya mengambil sebagian elemen populasi atau karakteristik yang ada dalam populasi. Dan metode sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dengan menggunakan teknik penentuan sampel nomogram *Harry King* maka diperoleh sampel sebanyak 30 orang responden. Cara ini juga mempersyaratkan data yang harus kesalahan yang bervariasi mulai 0,3% sampai 10%. [10]

Hasil dari kuesioner tersebut yang kemudian akan diuji reliabilitas dan validitasnya. Hasil pengukuran dengan suatu kriteria akan ditunjukkan dengan nilai korelasi atau koefisien validitas. Sedangkan untuk uji Reliabilitas atau keandalan digunakan koefisien  $\alpha$  Cronbach yang dihitung baik berdasarkan varian skor dari setiap butir dan varians total butir ataupun melalui koefisien korelasi produk momen antar skor setiap butir jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $\geq 0,6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang bersangkutan dinyatakan reliabel.[11]

### 3. Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan ide dengan *brainstorming* yang telah dilakukan sebelumnya, didapatkan hasil produk berupa tongkat *walker*. Hasil akhir dari rancangan produk (*walker*) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Rancangan Akhir

Adapun data spesifikasi dari produk tongkat *walker* adalah sebagai berikut:

- a. Warna fungsi utama adalah silver.
- b. Motif fungsi utama adalah polos.
- c. Fungsi utama memiliki tinggi 1 m.
- d. Fungsi utama memiliki 4 buah kaki.
- e. Fungsi utama terdiri dari bahan aluminium.
- f. Fungsi utama terdiri pegangan dilapisi bahan karet.
- g. Produk memiliki dudukan yang bisa dilipat.
- h. Fungsi tambahan dudukan memiliki sandaran.
- i. Fungsi tambahan sandaran terbuat dari kain.
- j. Fungsi tambahan terdapat kantong penyimpanan.

#### 3.1. Penentuan Sampel

Metode *sampling* yang digunakan *simple random sampling*. Dengan metode *simple random sampling*, setiap komponen dari populasi tersebut memiliki nilai atau kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai salah satu sampel. Jumlah anggota populasi yang menjadi penelitian adalah 33 orang. Rumus untuk menentukan populasi pengamatan dengan metode *Harry King*, yaitu:

$$\text{Sampel} = \text{populasi} \times \text{presentase} \times \text{faktor pengali}$$

Sampel untuk  $N=33$  adalah :

$$n = 33 \times 0,69 \times 1,195 = 29,68 \sim 30 \text{ sampel}$$

Perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *Harry King*. Dengan jumlah populasi sebanyak 33 data dan tingkat kepercayaan 5%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 30.

#### 3.2. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan hasil pengembangan dari Pearson yaitu digunakan analisis korelasi yang disebut Korelasi

*Product Moment* dimana pertanyaan diukur dengan menggunakan skala interval. Pengukuran validitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum X)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad (1)$$

Dimana :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dan Y

X = skor variabel independen x

Y = skor variabel dependen y

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1.  $H_0$  : Hasil kuisioner *valid* dan dapat dipakai dalam pengumpulan data  
 $H_1$  : Hasil kuisioner tidak *valid*
2. Taraf signifikan yang dipilih  $\alpha = 0,05$
3. Wilayah kritis *Product Moment* dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $N = 30$  adalah  $r_{tabel} = 0,374$
4. Perhitungan  $r_{hitung}$  :

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{(30 \times 3841) - (108)(1042)}{\sqrt{[(30 \times 414) - (108)^2][(30 \times 37304) - (1042)^2]}} \\ &= 0,536 \end{aligned}$$

5. Kesimpulan : Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,536 > 0,374$ ) maka  $H_0$  diterima, berarti hasil kuisioner merupakan data yang *valid* dan dapat digunakan.

Hasil perhitungan validitas pada setiap atribut *Walker* ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Walker*

Atribut	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
Warna Fungsi Utama	0,536	0,374	<i>Valid</i>
Motif Fungsi Utama	0,647	0,374	<i>Valid</i>
Tinggi Fungsi Utama	0,495	0,374	<i>Valid</i>
Model Dudukan fungsi utama	0,567	0,374	<i>Valid</i>
Pelengkap Dudukan	0,502	0,374	<i>Valid</i>
Jumlah Kaki Walker	0,673	0,374	<i>Valid</i>
Bahan Dudukan Fungsi Utama	0,457	0,374	<i>Valid</i>
Bahan Gagang Fungsi Utama	0,464	0,374	<i>Valid</i>
Bahan Kerangka Fungsi Utama	0,623	0,374	<i>Valid</i>
Fungsi Tambahan	0,502	0,374	<i>Valid</i>

Uji validitas dilakukan terhadap kinerja atribut produk *walker*, harapan produk, produk itu sendiri dan pesaing-pesaingnya.

### 3.3. Uji Reliabilitas

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

$$\sigma_x^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (2)$$

Data perhitungan dapat dikatakan bahwa data *reliable* atau dapat dipercaya, apabila nilai koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari  $r_{kritis}$ .

Perhitungan untuk uji reliabilitas kuisioner tertutup produk *Walker* ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Uji Reliabilitas *Ranking*

Produk	Bobot X	Bobot Y	Rank X	Rank Y	D	D <sup>2</sup>
Kelompok I	80	1042	1	1	0	0
Pesaing I	75	1017	2	3	-1	1
Pesaing II	74	1030	3	2	1	1
Pesaing III	68	965	4	4	0	0
<b>Total</b>	<b>297</b>	<b>4054</b>				<b>2</b>

Langkah-langkah pengujian reliabilitas:

1. Ho : Kuesioner merupakan instrumen yang reliabel dan dapat digunakan  
Ha : Kuesioner bukan merupakan instrumen yang reliabel
2. Taraf signifikan yang dipilih  $\alpha = 0,05$ .
3. Menentukan wilayah kritis.
4. Dari tabel harga kritis *Spearman Brown* dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $N = 4$  diperoleh  $r_{\text{tabel}} = 0,210$ , maka wilayah kritis adalah  $r > 0,210$ .
5. 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* tersebut akan dicari koefisien reliabilitas sebagai berikut:

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

6. Kesimpulan :

Karena nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  ( $0,8889 > 0,2100$ ) maka Ho diterima. Artinya kuesioner merupakan instrumen yang reliabel dan dapat digunakan.

Sedangkan untuk perhitungan uji reliabilitas terhadap pertanyaan pertama tentang atribut dari produk *walker* adalah sebagai berikut.

$$\sigma_{x1}^2 = \frac{414 - \frac{108^2}{30}}{30} = 0,840$$

Hasil rekapitulasi nilai  $\sigma_x^2$  dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Nilai Reliabilitas Produk

Atribut	$\sigma_x^2$ hitung
Warna Fungsi Utama	0,840
Motif Fungsi Utama	1,582
Tinggi Fungsi Utama	1,312
Model Dudukan fungsi utama	1,299
Pelengkap Dudukan	1,472
Jumlah Kaki Walker	1,179
Bahan Dudukan Fungsi Utama	0,966
Bahan Gagang Fungsi Utama	1,222
Bahan Kerangka Fungsi Utama	1,143
Fungsi Tambahan	1,427

$$\begin{aligned} \sum \sigma_b^2 &= \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + \sigma_3^2 + \dots + \sigma_{10}^2 \\ &= 0,840 + 1,582 + 1,312 + \dots + 1,427 \\ &= 12,422 \end{aligned}$$

$$\text{Variansi total} = \frac{\sum Y^2 \cdot (\sum Y)^2}{n} = \frac{37304 \cdot \frac{1042^2}{30}}{30} = 37,062$$

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{12,422}{37,062} \right) = 0,738$$

Nilai koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari  $r_{\text{kritis}}$  yaitu sebesar 0,374 ( $0,738 > 0,374$ ) sehingga data perhitungan diatas dikatakan *reliable* atau dapat dipercaya,

### 3.4. Peta Posisi Produk

Peta posisi produk *Walker* dan 3 pesaing lainnya dibuat dengan menggunakan *software SPSS*. Analisis dari peta posisi produk *Walker* adalah sebagai berikut:

1. Produk *Walker* kelompok I pada kuadran B, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi. Artinya produk *Walker* memiliki atribut yang diinginkan oleh pelanggan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan
2. Produk pesaing III berada diantara kuadran A dan B yang artinya produk memiliki tingkat performansi yang tinggi namun tingkat utilitas (kinerja) yang tidak terlalu tinggi.
3. Produk pesaing I berada pada kuadran B, yang menandakan bahwa produk tersebut memiliki tingkat utilitas (kinerja) tinggi dan tingkat performansi (harapan) yang tinggi.
4. Produk pesaing II berada pada kuadran D yang artinya produk memiliki tingkat utilitas (kinerja) yang tinggi namun performansi (harapan) yang rendah.

## 4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan pemilihan lokasi konsumen yang dekat dengan lokasi produksi yaitu Medan dan usia yang dipilih yaitu 55-90 tahun, serta tingkat ekonomi rendah.
2. Metode *sampling* yang digunakan adalah metode *probability sampling* dengan teknik *sampling* yaitu *simple random sampling* dimana setiap komponen dari populasi memiliki nilai atau kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel digunakan metode *Harry King* dan dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 30 responden.
3. Hasil uji validitas dan uji reabilitas secara manual dan menggunakan *software SPSS* diperoleh hasil yang sama.
4. Peta posisi produk merupakan alat untuk melihat atau mengetahui posisi produk di mata konsumen. Untuk posisi produk dari masing-masing kriteria di mata konsumen adalah produk *Walker* berada pada kuadran B (Kuadran II), produk pesaing I berada pada kuadran D (Kuadran IV), produk pesaing II berada pada kuadran A (Kuadran I) dan produk pesaing III berada pada kuadran C (Kuadran III).

## Referensi

- [1] Mulyadi, Santoso. (2011) "Analisa tegangan-regangan produk tongkat lansia dengan menggunakan metode Elemen Hingga." *Jurnal ROTOR* 4 (1)
- [2] Taufiq, Nugroho Ahmad. (2011) "Perancangan tongkat sebagai alat bantu jalan bagi lansia."
- [3] Amila, Hanifa. (2018) "Proses alat bantu jalan berkaitan dengan konsep fisika." *Jurnal Kesehatan*.
- [4] Suryana. (2010) "Metodologi Penelitian", Jakarta: Universitas Pendidikan Indonesia.
- [5] B, Sandjaja dan Albertus Heriyanto. (2006) "Panduan Penelitian", Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- [6] Eko, Sandjaja Irfan. (2017) "Perancangan kuesioner survei galang..," *Technology Science and Engineering Journal* 1 (1)
- [7] Ishak, Aulia. "Riset pasar untuk mengetahui kebutuhan konsumen."
- [8] Agnesya, Trie, dkk. (2018) "Brainstorming sebagai pemoderasi pengaruh pengalaman, pelatihan, skeptisisme profesional dan integritas terhadap kemampuan mendeteksi kecurangan." *Jurnal Analisis* 7 (1)
- [9] Ginting, Rosnani. (2015) "Kuesioner", Medan: USU Press.
- [10] Ginting, Rosnani. (2018) "Perancangan dan Pengembangan Produk", Medan: USU Press.
- [11] Pingkan, Elat Tisye. (2014) "Bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen di Hello Tours."