



PAPER – OPEN ACCESS

## Survei Pasar Perancangan Produk pada Alat Finger Spalk di Klinik Fisioterapi Anugrah Sehat menggunakan Kuesioner

Author : Elma Rosa Ritonga dkk.,  
DOI : 10.32734/ee.v3i2.1113  
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



# Survei Pasar Perancangan Produk pada Alat *Finger Spalk* di Klinik Fisioterapi Anugrah Sehat menggunakan Kuesioner

Elma Rosa Ritonga<sup>a</sup>, Zainal Habibi Situmeang<sup>b</sup>, Paphy Emha Ruin<sup>c</sup>,  
Amanda Reihan Sembiring Meliala<sup>d</sup>

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

elmarossa2016@gmail.com, zainalhabibi0602@gmail.com, paphyemharuin4@gmail.com,  
[amdreihan@gmail.com](mailto:amdreihan@gmail.com)

7 10 18

## Abstrak

*Mallet finger* adalah kondisi cedera pada tendon jari yang mengakibatkan ujung jari tangan tidak bisa bergerak lurus dan membutuhkan bantuan untuk meluruskannya. 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. 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.

Kata Kunci : *Mallet finger*, survey pasar, kuisisioner

## Abstract

*Mallet finger* is a condition of injury to the finger tendon that results in the tip of the finger not being able to move straight and needs help to straighten it.

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. 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.

Keywords : *Mallet finger*, Market Survey, Questionnaire

## 1. Pendahuluan

Proses mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, menyebarkan, dan menggunakan Informasi yang membantu manajer membuat keputusan terkait dengan mengidentifikasi dan memecahkan masalah pemasaran (dan peluang) secara sistematis dan obyektif disebut riset pasar (Malhotra, 2005) [1]. Saat perusahaan akan meluncurkan bisnis baru, hingga mempertahankan suatu bisnis, maka dilakukannya riset pasar (Doman, 1997) [2].

Perilaku konsumen yang harus dipahami oleh perusahaan adalah minat beli dari konsumen tersebut. Karena minat beli merupakan keputusan seseorang konsumen dalam membeli produk yang akan dibelinya. Mengingat dalam kegiatan membeli, seorang konsumen harus membayar untuk memperoleh sesuatu yang di minatnya dengan arti seorang konsumen untuk memperoleh sesuatu harus mengorbankan sesuatu. Dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk terdapat 2 faktor yang akan mempengaruhi keputusan seorang konsumen yaitu faktor lingkungan kerja, keluarga, dan sebagainya lalu faktor yang kedua adalah faktor individu seorang konsumen, yang merupakan kepribadian seorang konsumen. [3]

Terdapat dua metode penelitian yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, data tersebut berupa wawancara, data observasi partisipan dan data dokumen yang digunakan agar dapat memahami fenomena sosial yang ada. Sering dikritisi bahwa penelitian kualitatif lebih subjektif dari pada penelitian kuantitatif, sehingga kurang ilmiah (Parker, 2008) [4]. Metode penelitian kualitatif bisa sama ilmiahnya dengan analisis statistik data statistik dengan menggunakan metode kuantitatif. Menggunakan metode tertentu dapat mengarah pada dan membuktikan bahwa dua atau lebih peneliti dapat menarik kesimpulan serupa dalam penelitian yang sama (Samkin dan Schneider, 2008) [5].

Dalam beberapa penelitian, penelitian kualitatif dianggap belum dapat mencapai tujuan penelitian, sehingga peneliti tidak ingin menggunakannya (Basri, 2014) [6]. Dampaknya, penggunaan penelitian kualitatif oleh peneliti tidak melebihi penelitian kuantitatif (Parker, 2014) [7]. Penelitian kualitatif memiliki ciri pada lima hal yaitu, pertama, penelitian kualitatif mempelajari suatu kenyataan. Kedua penelitian kualitatif mampu menunjukkan pandangan partisipan dalam suatu penelitian. Ketiga, penelitian kualitatif mencakup hal kontekstual. Keempat, penelitian kualitatif memberikan wawasan dari sebuah konsep yang muncul. Kelima, menggunakan banyak sumber [8].

Kuesioner adalah sekumpulan pada pertanyaan tertulis yang digunakan agar memperoleh suatu informasi oleh responden berupa informasi pribadi [9]. Penggunaan kuesioner dalam penelitian untuk survei suatu produk merupakan hal penting yang harus dilakukan. Tujuan survei kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi berdasarkan tujuan survei [10].

Penelitian ini dilakukan terhadap produk spalk jari. Produk spalk jari yang akan dirancang merupakan kesimpulan dan hasil dari brainstorming yang telah dilakukan. Penelitian atau survei yang dilakukan untuk mengetahui spalk jari yang cocok sesuai permintaan konsumen. Hal ini dilakukan agar produk spalk jari yang dirancang sesuai dengan keinginan konsumen. Survei yang dilakukan yaitu Di Klinik Fisioterapi dengan 44 responden

## 2. Metode Penelitian

Survei pasar dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari pihak-pihak yang dituju yaitu dengan metode penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut ialah suatu kumpulan dari beberapa pertanyaan dan digunakan agar memperoleh suatu informasi yang diberikan responden yang mengisi kuesioner berupa informasi tentang pribadinya. Penggunaan kuesioner dalam penelitian untuk survei suatu produk merupakan hal penting yang harus dilakukan. Tujuan survei kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi berdasarkan tujuan survei. Beragam kuesioner yang digunakan, diantaranya kuesioner terbuka, dimana responden memiliki kesempatan untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri tanpa ada batasan. Dari model angket terbuka, selanjutnya disusun angket tertutup. Jawaban kuesioner ini disediakan sehingga responden hanya perlu memilih berdasarkan pilihan yang tersedia. Kemudian dilakukan uji reliabilitas dan validitas hasil angket.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini ialah simple random sampling. Dalam hal ini, setiap elemen pada populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Jumlah anggota populasi yang menjadi penelitian adalah 44 orang di klinik Fisioterapi Anugrah Sehat dengan *range* usia 16-21 tahun.

## 3. Pembahasan

### 3.1. Pengumpulan Data

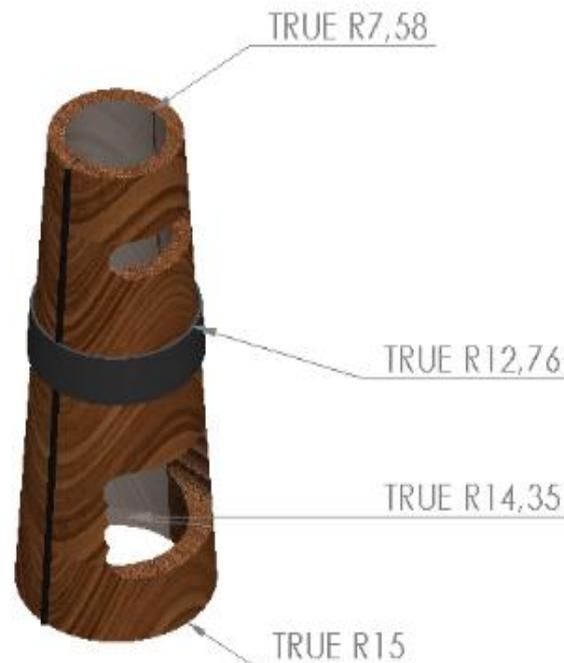
#### 3.1.1. Hasil Brainstorming.

Berdasarkan hasil pengumpulan ide dengan *brainstorming* yang telah dilakukan sebelumnya, didapatkan hasil produk berupa *Finger Spalk*.

Spesifikasi dalam perancangan produk *Finger Spalk* adalah sebagai berikut:

1. Fungsi tambahan: penggunaan silikon gel dibagian dalam
2. Bentuk *finger spalk* : tabung mengikuti jari
3. Warna *finger spalk* : warna kayu
4. Motif *finger spalk* : serat kayu
5. Memiliki 1 sanggahan terbuat dari karet
6. Bentuk sanggahan: oval mengikuti *finger spalk*
7. Diameter *finger spalk* 30 cm
8. Bentuk fungsi tambahan : menyelimuti bagian dalam *finger spalk*
9. Warna sanggahan : hitam
10. Posisi Sanggahan : di antara sendi

Hasil akhir rancangan produk *Finger Spalk* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Solidworks 2016

Gambar 1. Hasil Brainstorming *Finger Spalk* Kelompok V Kelas B

### 3.1.2. Data Peluang Pasar (Market Share)

#### 3.1.2.1. Segmentasi

Segmentasi pasar dilakukan untuk mengelompokkan pasar berdasarkan kesamaan sifat dari kelompok tersebut sehingga kelompok pasar menjadi homogen. Variabel utama dalam segmentasi pasar produk *Finger Spalk* adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi berdasarkan geografis  
Segmentasi berdasarkan geografis adalah sebagai berikut:
  - a. Kota : Medan, Brastagi, Binjai, Tebing Tinggi.
2. Segmentasi berdasarkan demografis  
Segmentasi berdasarkan demografis adalah sebagai berikut:
  - a. Usia : 16 - 21 tahun
3. Segmentasi berdasarkan psikografis  
Segmentasi berdasarkan psikografis adalah sebagai berikut:
  - a. Kelas sosial: atas, menengah, dan bawah.

#### 3.1.2.2. Targetting

Menentukan tujuan adalah memilih segmen pasar, memilih dan menjangkau pasar yang akan menjadi fokus pemasaran. Segmentasi market mark (target) yang dianggap berpotensi atau menjadi tempat penjualan produk bubuk jari adalah sebagai berikut :

1. Kota : Medan
2. Usia : 16 – 21 tahun
3. Kelas Sosial : Menengah

#### 3.1.2.3. Positioning

Positioning adalah menciptakan citra produk di benak konsumen agar konsumen dapat mengingat produk yang dijualnya. Aktivitas pemosisian produk dibagi menjadi tiga tahap, yaitu :

1. Identifikasi target  
Target utama pemasaran produk *Finge Spalk* dilakukan di Fisioterapi Anugrah Sehat pada pasien dengan usia 16-21 tahun dan kelas sosial menengah.
2. Merumuskan *point of differentiation*  
Kunggulan produk *Finger Spalk* rancangan kelompok V kelas B adalah sebagai berikut:
  - a. Produk memiliki fungsi tambahan berupa lapisan gel silikon yang mampu membantu menyamarkan bekas luka.

- b. Produk dibuat dari limbah kayu jati sehingga dapat membuat harganya lebih murah
- c. Produk ini ramah lingkungan
- 3. Mengembangkan strategi *positioning*.  
Strategi ini agar dapat dilakukan dengan melalui strategi 4P, yaitu *product*, *price*, *promotion*, dan *place*.
  - a. Strategi *product*  
Kelompok V kelas B membuat desain produk lebih menarik dengan warna produk coklat, bermotif serat kayu, yaitu selain berfungsi sebagai *Finger Spalk* juga dapat membantu menyamarkan bekas luka.
  - b. Strategi *price*  
Cara menerapkan strategi harga adalah dengan memberikan harga terjangkau dan dapat bersaing dengan produk yang sama atau sejenis.
  - c. Strategi *promotion*  
Menjalankan strategi promosi dengan menggunakan media sosial (misalnya Instagram, Twitter, Facebook, Line).
  - d. Strategi *place*  
Strategi penempatan dilakukan dengan mendistribusikan produk langsung ke konsumen. Penjualan saluran langsung dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu: penjualan di tempat, penjualan pengiriman, dan penjualan melalui toko fisik, toko online atau koperasi.

3.1.3. Penentuan Sampel

3.1.3.1. Penentuan Jumlah Sampel

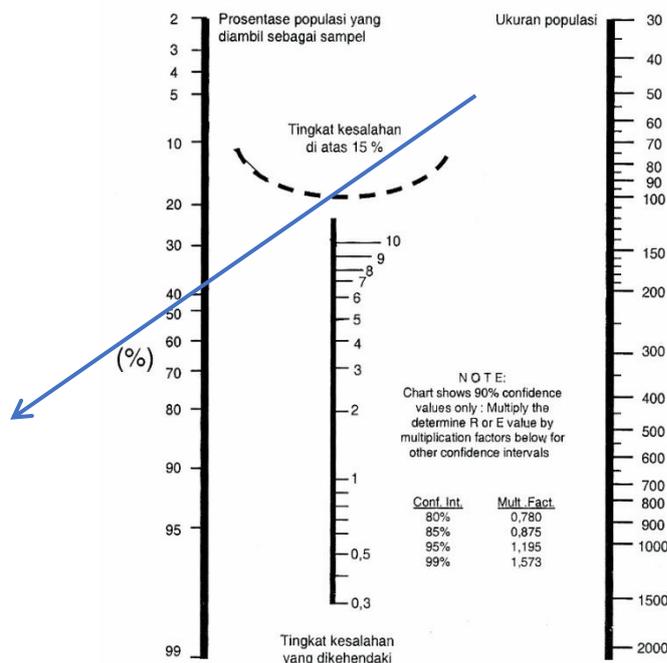
Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling. Dalam pengambilan sampel acak, pada setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang serupa untuk dipilih sebagai anggota sampel. Jumlah anggota populasi yang menjadi penelitian adalah 53 orang di Fisioterapi Anugrah Sehat. Rumus untuk menentukan populasi pengamatan dengan metode *Harry King*, yaitu:

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

Keterangan :

Persentase populasi : Didapatkan dengan menarik nilai ukuran populasi pada nomogram melewati taraf kesalahan yang ditentukan yaitu 75%.

Faktor pengali : Disesuaikan dengan taraf kesalahan yang ditentukan, jika taraf kesalahan 5% tingkat kepercayaannya 95%, maka faktor pengalinya sebesar 1,195



Sumber : Pengolahan Data

Gambar 2. Nomogram *Harry King*

Sampel untuk N= 53 adalah :

$$n = 53 \times 0,75 \times 1,195 = 43,9 \sim 44 \text{ sampel}$$

Perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *Harry King*. Dengan jumlah populasi sebanyak 53 data dan tingkat kepercayaan 5%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 44.

### 3.2. *Pengolahan Data*

#### 3.2.1. *Uji Validitas*

Uji validitas menggunakan rumus korelasi product-moment yang dikembangkan oleh Pearson untuk analisis korelasi, karena masalah diukur menggunakan skala interval.

##### 3.2.1.1. *Uji Validitas Kinerja Produk Finger Spalk*

Sebagai contoh dilakukan perhitungan uji validitas kinerja terhadap pertanyaan pertama tentang dimensi *Finger Spalk* pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Validitas Kinerja Bahan *Finger Spalk*

| No | X | Y  | X <sup>2</sup> | X*Y | Y <sup>2</sup> |
|----|---|----|----------------|-----|----------------|
| 1  | 3 | 37 | 9              | 111 | 1369           |
| 2  | 5 | 42 | 25             | 210 | 1764           |
| 3  | 4 | 41 | 16             | 164 | 1681           |
| 4  | 4 | 37 | 16             | 148 | 1369           |
| 5  | 3 | 34 | 9              | 102 | 1156           |
| 6  | 5 | 40 | 25             | 200 | 1600           |
| 7  | 3 | 39 | 9              | 117 | 1521           |
| 8  | 4 | 41 | 16             | 164 | 1681           |
| 9  | 3 | 38 | 9              | 114 | 1444           |
| 10 | 3 | 41 | 9              | 123 | 1681           |
| 11 | 4 | 39 | 16             | 156 | 1521           |
| 12 | 3 | 40 | 9              | 120 | 1600           |
| 13 | 5 | 42 | 25             | 210 | 1764           |
| 14 | 3 | 39 | 9              | 117 | 1521           |
| 15 | 4 | 41 | 16             | 164 | 1681           |
| 16 | 4 | 38 | 16             | 152 | 1444           |
| 17 | 4 | 39 | 16             | 156 | 1521           |
| 18 | 5 | 41 | 25             | 205 | 1681           |
| 19 | 3 | 41 | 9              | 123 | 1681           |
| 20 | 3 | 38 | 9              | 114 | 1444           |
| 21 | 5 | 40 | 25             | 200 | 1600           |
| 22 | 3 | 39 | 9              | 117 | 1521           |
| 23 | 4 | 39 | 16             | 156 | 1521           |
| 24 | 4 | 42 | 16             | 168 | 1764           |
| 25 | 4 | 42 | 16             | 168 | 1764           |
| 26 | 5 | 39 | 25             | 195 | 1521           |
| 27 | 5 | 42 | 25             | 210 | 1764           |
| 28 | 3 | 40 | 9              | 120 | 1600           |
| 29 | 4 | 39 | 16             | 156 | 1521           |
| 30 | 3 | 42 | 9              | 126 | 1764           |
| 31 | 4 | 39 | 16             | 156 | 1521           |
| 32 | 4 | 41 | 16             | 164 | 1681           |
| 33 | 5 | 39 | 25             | 195 | 1521           |
| 34 | 5 | 40 | 25             | 200 | 1600           |
| 35 | 3 | 39 | 9              | 117 | 1521           |
| 36 | 4 | 37 | 16             | 148 | 1369           |
| 37 | 4 | 37 | 16             | 148 | 1369           |

Tabel 1. Uji Validitas Kinerja Bahan *Finger Spalk*

| No           | X          | Y           | X <sup>2</sup> | X*Y         | Y <sup>2</sup> |
|--------------|------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
| 38           | 4          | 37          | 16             | 148         | 1369           |
| 39           | 3          | 35          | 9              | 105         | 1225           |
| 40           | 4          | 40          | 16             | 160         | 1600           |
| 41           | 3          | 38          | 9              | 114         | 1444           |
| 42           | 4          | 39          | 16             | 156         | 1521           |
| 43           | 3          | 37          | 9              | 111         | 1369           |
| 44           | 3          | 41          | 9              | 123         | 1681           |
| <b>Total</b> | <b>169</b> | <b>1731</b> | <b>666</b>     | <b>6631</b> | <b>68255</b>   |

Sumber: Pengolahan Data

Rumus yang digunakan adalah teknik korelasi “*Product Moment*” sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2) - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{(44 \times 6631) - (169)(1731)}{\sqrt{[(44 \times 666) - (169)^2][(44 \times 68255) - (1731)^2]}} \\ &= 0,2664 \end{aligned}$$

1. Kesimpulan : Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,2664 > 0,193$ ). maka  $H_0$  diterima, Artinya alat yang efektif dan dapat digunakan untuk pengumpulan data. Berikut Hasil perhitungan validitas kinerja untuk setiap atribut *Finger Spalk* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Atribut *Finger Spalk*

| Atribut                | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Kesimpulan |
|------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| Bahan Spalk            | 0,2664              | 0,193              | Valid      |
| Bentuk Spalk           | 0,3879              | 0,193              | Valid      |
| Ukuran Spalk           | 0,3621              | 0,193              | Valid      |
| Motif Spalk            | 0,3821              | 0,193              | Valid      |
| Warna Spalk            | 0,2746              | 0,193              | Valid      |
| Bahan Perekat Spalk    | 0,4292              | 0,193              | Valid      |
| Ukuran Perekat Spalk   | 0,3905              | 0,193              | Valid      |
| Warna Perekat Spalk    | 0,2780              | 0,193              | Valid      |
| Fungsi Tambahan Spalk  | 0,3673              | 0,193              | Valid      |
| Ukuran Fungsi Tambahan | 0,3253              | 0,193              | Valid      |

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

### 3.2.2. Uji Reliabilitas

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

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

Perhitungan untuk uji reliabilitas kuesioner tertutup produk *Finger Spalk* ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan Uji Reliabilitas *Ranking*

| Produk       | Bobot X    | Bobot Y     | Rank X | Rank Y | D | D <sup>2</sup> |
|--------------|------------|-------------|--------|--------|---|----------------|
| Kelompok V   | 173        | 1754        | 1      | 1      | 0 | 0              |
| Pesaing I    | 87         | 1307        | 4      | 3      | 1 | 1              |
| Pesaing II   | 90         | 1337        | 2      | 2      | 0 | 0              |
| Pesaing III  | 90         | 1292        | 3      | 4      | 1 | 1              |
| <b>Total</b> | <b>440</b> | <b>5690</b> |        |        |   | <b>2</b>       |

Sumber : Pengolahan Data

Langkah-langkah pengujian reliabilitas:

1. Ho : Kuesioner ialah peringkat reliabel dan dapat digunakan  
Ha : Kuesioner bukanlah peringkat 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  $r$  :

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

dari angka korelasi *Spearman* maka akan dicari koefisien reliabilitas sebagai berikut:

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

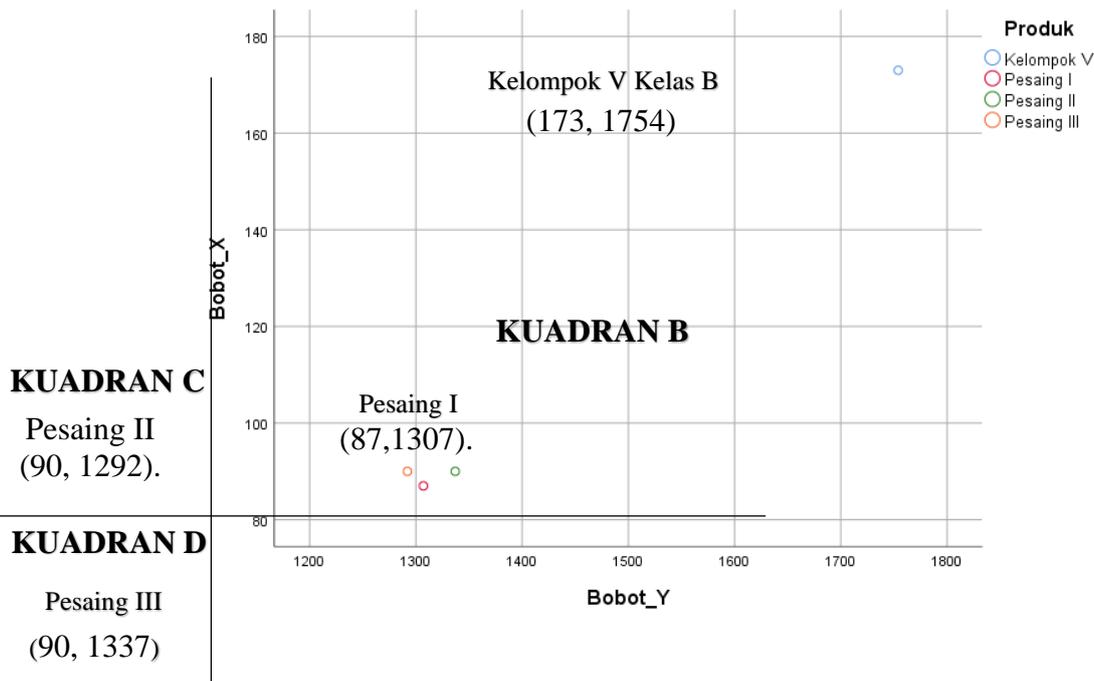
Kesimpulan :

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

### 3.2.3. Peta Posisi Produk

Peta posisi produk *Finger Spalk* dan 3 pesaing lainnya dengan menggunakan *software SPSS* ditunjukkan pada Gambar

3.

Gambar 3 Peta Posisi Produk *Finger Spalk*

Analisis dari peta posisi produk *Finger Spalk* adalah sebagai berikut:

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

#### 4. Kesimpulan dan Saran

##### 4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil uraian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dilakukan dengan pemilihan lokasi konsumen yang dekat dengan lokasi produksi yaitu kota Medan dan usia yang dipilih yaitu 17-19 tahun, serta tingkat ekonomi menengah.
2. Metode pengambilan sampel yang dipakai ialah probability sampling dengan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling, pada setiap anggota pada populasi memiliki kesempatan untuk dipilih menjadi suatu anggota sampling. Sementara itu, metode Harry King digunakan untuk menentukan ukuran sampel, dan diperoleh total 44 responden dari hasil perhitungan.
3. Hasil pada uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan secara manual dan menggunakan software SPSS memperoleh hasil yang sama pada uji validitas dan reliabilitas.
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 *Finger Spalk* Kelompok V berada pada kuadran B (Kuadran II), produk pesaing I berada pada kuadran C (Kuadran IV), produk pesaing II berada pada kuadran D (Kuadran I) dan produk pesaing III berada pada kuadran B (Kuadran III).

##### 4.2. Saran

Saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Sebaiknya pertanyaan dalam kuesioner dibuat menggunakan tata bahasa yang cukup sederhana dan mudah dipahami agar jawaban responden sesuai dengan tujuan pertanyaan.
2. Sebaiknya praktikan menjelaskan lebih teliti kepada responden agar responden dapat mengisi dengan benar dan tepat.
3. Sebaiknya praktikan teliti dalam melakukan pemindahan data dari kuesioner ke dalam laporan sehingga kesalahan dalam pengolahan data dapat dihindari.

4. Dalam penyebaran kuesioner sebaiknya terdapat kerjasama antara anggota kelompok dalam melakukan pengarahannya atas pertanyaan yang mungkin kurang dimengerti oleh responden.
5. Praktikkan sebaiknya telah mengerti dan memahami penggunaan *software Microsoft Excel* dan *SPSS* selama pengerjaan laporan.

### Referensi

- [1] Kusumawati, Agnes Sari. 2010. *Riset Pasar Produk Cokelat Praline Dengan Ciri Khas Budaya Daerah Yogyakarta*. Skripsi Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- [2] Nurani, Siti. "Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan". *Jurnal Ilmiah Ilmu Keolahragaan* **2** (2).
- [3] Pramono, Rian. 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*.
- [4] Parker, L.D. 2008. Interpreting interpretive accounting research, *Critical Perspectives on Accounting* **19** (6): 909-1014
- [5] Samkin, G., Shneider, A., 2008. *Adding Scientific Rigour to Qualitative Data Analysis: an Illustrative Example*, *Qualitative Research in Accounting & Management*. **5** (3):207-238
- [6] Basri, H., 2014. Using qualitative Research in Accounting and Management Studies: Not a New Agenda, *Journal of US-China Public Administration*. **11** (10) :831-838
- [7] Parker, L., 2014. Qualitative perspectives: through a methodological lens, *Qualitative Research in Accounting & Management*. **11**; 13-28
- [8] Azmi, Zul dkk. 2018 "Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Akuntansi". *Jurnal Ilmu Akuntansi* **11** (1)
- [9] Ginting, Rosnani. 2015. "Kuesioner Alat Ukur Kepuasan Konsumen Terhadap Produk" Medan: USU Press.
- [10] Ginting, Rosnani. (2010). "Perancangan Produk". Yogyakarta : Graha Ilmu