



**PAPER – OPEN ACCESS**

## Perancangan Produk Kursi Olahraga dan Terapi pada Wanita Hamil menggunakan Metode Survei Pasar

Author : Raja Ahsan Andifa, dkk  
DOI : 10.32734/ee.v6i1.1850  
Electronic ISSN : 2654-7031  
Print ISSN : 2654-7031

*Volume 6 Issue 1 – 2023 TALENTA Conference Series: Energy and Engineering (EE)*



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

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



# Perancangan Produk Kursi Olahraga dan Terapi pada Wanita Hamil menggunakan Metode Survei Pasar

Raja Ahsan Andifa, Juni Arta Lubis, Cindy Angelia

Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Jalan Dr. T Mansur No. 9, 20222, Medan, Indonesia

21rajaahsanandifa@gmail.com, juniarta261@gmail.com, cindytelaumbanua.12@gmail.com

## Abstrak

Pemasaran ialah suatu langkah untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen serta untuk mencapai keuntungan dari segala pihak. Pemasaran disebut sebagai kunci keberhasilan suatu bisnis/usaha. Pemasaran melibatkan banyak pihak karena didalamnya terjadi proses sampainya barang dan jasa mulai dari produsen hingga tiba ke tangan konsumen. Kuisisioner merupakan media yang digunakan untuk mengumpulkan suatu informasi dari beberapa pertanyaan ditujukan kepada responden yang akan menjawab pertanyaan tersebut. Tujuan menggunakan kuisisioner dalam tahapan pembuatan produk ini adalah sebagai cara mendapatkan informasi berupa opini, keinginan dan kebutuhan responden. Kuisisioner terbuka adalah dapat digunakan apabila peneliti tidak mengetahui semua alternatif jawaban, bisa juga jika peneliti ingin melihat bagaimana jawaban responden serta alasan-alasan dari jawaban tersebut. Kuisisioner tertutup merupakan kuisisioner yang tersusun atas beberapa alternatif jawaban sehingga responden dapat memilih yang diisi menggunakan tanda. Teknik *sampling* ialah suatu teknik diambilnya sampel yang berguna sebagai penentu sampel yang digunakan, teknik yang digunakan ialah teknik Nomogram Harry King dimana teknik ini ialah teknik penentuan ukuran sampel pada populasi. Uji validitas ialah suatu teknik pengujian yang berguna sebagai penunjuk sejauh mana pengukuran dilakukan. Uji reliabilitas berfungsi untuk menentukan kekonsistenan sebuah instrumen dalam mengumpulkan data data penelitian. Syarat *valid* dan reliabel diatas 0,329 dan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap kinerja, harapan, dan atribut produk tersebut adalah *valid* dan *reliable*, artinya hasil pengukuran dapat mewakili unit yang diteliti, dan memiliki konsistensi yang tinggi sehingga hasil pengukuran dapat diandalkan.

Kata Kunci: Pemasaran; Survei Pasar; Kuisisioner; Teknik *Sampling*; Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

## Abstract

*Marketing is a step to fulfill consumer demand and desire and to achieve profits from all parties. Marketing is referred to as a key to the success of a business/business. Marketing involves many parties because in it there is a process until the goods and services are starting from manufacturers to arriving to the hands of consumers. Questionnaires are a medium used to collect information by providing some questions that respondents will be answered. The purpose of using a questionnaire in the stages of making this product is as a way of obtaining information in the form of opinion, desire and needs of respondents. An open questionnaire is to be used if researchers do not know all alternatives to answers, it may also be if researchers want to see how respond to respondents and the reasons of the answer. Closed questionnaires are a questionnaire arranged of several alternative answers so that respondents can choose those filled with signs. The sampling technique is a useful sample takes to determine the sample to be used, a technique used is the Harry King Nomogram technique of this technique is the determining technique of sample sizes in the population. Validity tests are a test technique that is useful as a pointer where the measurement is carried out. The rally tests function to determine the inconsistency of an instrument in collecting research data. The requirements are valid and disabled above 0.329 and the validity of the validity test and rallyability against performance, hope, and the attributes of such products are valid and reliable, meaning that the measurement results can represent the researched unit, and have a high consistency so that the measurement results can be relied on.*

Keywords: Marketing; Market Surveys; Sampling Techniques; Questionnaires; Validity And Reliability Tests

## 1. Pendahuluan

Pemasaran ialah suatu langkah untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen serta untuk mencapai keuntungan dari segala pihak [1]. Oleh karena itu, pemasaran disebut sebagai kunci keberhasilan suatu bisnis/usaha [2]. Disamping itu, pemasaran melibatkan banyak pihak karena didalamnya terjadi proses sampainya barang dan jasa mulai dari produsen hingga tiba ke tangan konsumen [3]. Maka diperlukan teknik pemasaran sebagai cara menarik perhatian konsumen, strategi pemasaran itu sendiri merupakan beberapa tujuan, target, maupun aturan yang memberi alur kepada usaha-usaha marketing/pemasaran sebagai respon pemilik usaha dalam menghadapi kondisi persaingan yang sewaktu-waktu dapat berubah [4].

Salah satu strategi penting dalam pemasaran adalah dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, bila informasi mengenai keinginan konsumen telah ditemukan lalu target konsumen dapat ditentukan. Semua data yang terkumpul saat pembuatan produk dirangkum secara keseluruhan sebagai panduan dalam menyiapkan beberapa pertanyaan-pertanyaan didalam kuesioner nantinya. Kuesioner yang sudah disusun akan disebarakan untuk akhirnya didapatkanlah data primer [5]. Kuisisioner merupakan media yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan untuk dijawab oleh responden [6]. Tujuan kita menggunakan kuesioner dalam tahapan pembuatan produk ini adalah sebagai cara mendapatkan informasi berupa opini, keinginan dan kebutuhan responden [7]. Seluruh responden diharapkan dapat mengisi semua pertanyaan maupun pernyataan yang terdapat didalam kuesioner.

Sebelum kita membagikan kuesioner dalam survei pasar, kita perlu menentukan jumlah sampel yang akan kita gunakan. Pengambilan *sample* (metode *sampling*) merupakan suatu teknik yang berfungsi sebagai pemilih subjek/target yang nantinya akan diuji. Tujuannya untuk mendapatkan gambaran pasti tentang karakteristik produk yang diuji karena seluruh unit produk tidak mungkin bisa diamati keseluruhannya oleh para peneliti [8]. Terdapat 3 macam pertanyaan didalam kuesioner, yaitu pertanyaan terbuka, pertanyaan tertutup, juga pertanyaan gabungan tertutup ataupun terbuka. Pertanyaan yang jenis jawabannya terbuka merupakan pertanyaan yang dimana responden mendapat kebebasan penuh untuk menjawab. Sedangkan pertanyaan yang jenis jawabannya tertutup ialah sebaliknya, dimana telah disediakan beberapa alternatif jawaban untuk responden. Responden hanya diberikan untuk memilih jawaban alternatif yang dianggap sesuai.

## 2. Metode

Metode survei pasar ialah suatu metode efektif dan efisien yang berguna untuk menjangkau pasar secara menyeluruh [9]. Metode survei pasar yang digunakan sebagai berikut.

### 2.1. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka adalah dapat digunakan apabila peneliti tidak mengetahui semua alternatif jawaban, bisa juga jika peneliti ingin melihat bagaimana jawaban responden serta alasan-alasan dari jawaban tersebut [10]. Kuesioner terbuka berfungsi untuk menambah informasi kepada peneliti tentang masalah yang disampaikan, responden boleh menjawab serinci mungkin pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti. Responden yang dituju adalah seorang wanita hamil. Jumlah responden sebanyak 36. Teknik *sampling* yang digunakan ialah menggunakan teknik Nomogram Harry King yang dimana suatu teknik untuk menentukan ukuran dan besaran sampel dari suatu populasi dengan maksimum 2000, serta tingkat kesalahan yakni berkisar antara 0,3% hingga 15% dan faktor pengali disesuaikan dengan tingkat kesalahan yang ditentukan [11].

### 2.2. Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang tersusun atas beberapa alternatif jawaban sehingga responden dapat memilih yang diisi menggunakan tanda. Kuesioner tertutup ini berfungsi untuk para responden dapat menjawab pertanyaan dengan pilihan yang tersedia dan hasil dari kuesioner tersebut dapat mudah diolah dan tidak memakan banyak waktu [12]. Responden yang dituju ialah seorang Wanita hamil dengan jumlah responden sebanyak 36 responden serta teknik *sampling* yang digunakan ialah menggunakan teknik Nomogram Harry King.

### 2.3. Uji Validitas

Uji validitas bermakna bahwa suatu uji data yang berguna sebagai penunjuk sejauh mana pengukuran dilakukan. Uji validitas berguna sebagai pengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner *valid* dengan syarat jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk menyampaikan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut [13]. Uji *validitas* menggunakan rumus korelasi yang dinamakan *product moment* sebab atribut atribut produk diukur menggunakan skala interval. Rumus uji validitas dapat dilihat sebagai berikut.

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

Keterangan

X : Jumlah dari seluruh jawaban responden per pertanyaan

Y : Jumlah dari seluruh jawaban atas pertanyaan per responden

N : Jumlah keseluruhan responden

$r_{xy}$  : Koefisien *Product Moment*

Uji validitas ini digunakan sebagai penghubung terhadap *Product Moment*. Langkah dari suatu pengujian sebagai berikut, dimana  $H_0$  ialah kuesioner dengan instrumen yang *valid* serta mampu digunakan dalam pengumpulan data, selanjutnya ialah  $H_1$  ialah kuesioner yang bukan merupakan instrumen yang *valid*, selanjutnya taraf signifikan yang dipilih  $\alpha = 0,05$  yang dimana wilayah kritis pada *Product Moment* dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $N = 36$  ialah  $r = 0,329$  dan terakhir dilakukan perhitungan  $r_{hitung}$ .

#### 2.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui kekonsistenan dalam pengumpulan data penelitian [14]. Uji reliabilitas berfungsi sebagai suatu alat pengumpulan data dan informasi pada suatu instrumen tersebut sudah baik [15]. Uji reliabilitas berguna sebagai cara untuk menghitung *varians* dari masing-masing data, pengujian menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 \cdot \frac{(\sum XY)^2}{N}}{N} \quad (2)$$

Keterangan

X : Jumlah dari seluruh jawaban responden per pertanyaan

Y : Jumlah dari seluruh jawaban pertanyaan per responden

N : Jumlah keseluruhan responden

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pada metode survei pasar diantaranya kuesioner terbuka, kuesioner tertutup, uji validitas serta uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut.

#### 3.1. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka menjadi salah satu tahapan studi pendahuluan yang dilakukan berguna untuk mendapatkan pertanyaan yang akan dicantumkan pada isi dari kuesioner tertutup [16]. Pembuatan kuesioner terbuka dilakukan untuk menyusun sepuluh pertanyaan dan dijawab oleh responden sesuai dengan keinginan konsumen. Penyebaran serta pengisian kuesioner terbuka dilakukan dengan cara responden mengisi pertanyaan yang telah diberikan secara bebas, artinya pertanyaan dalam kuesioner terbuka merupakan jenis pertanyaan yang dimana responden diberikan kebebasan untuk dijawab sesuai tanggapan dari responden. Kuesioner ini disebarikan kepada 36 responden yang berada pada Rumah Sakit Universitas Sumatera Utara di Jalan Dr. Mansyur No. 66, Merdeka, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Atribut kuesioner terbuka dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Kuesioner Terbuka

No.	Atribut	Modus
1.	Bahan Rangka	Besi Aluminium
2.	Warna Produk	Coklat
3.	Dimensi	80x90x125 cm
4.	Berat	25 Kg
5.	Bentuk	<i>Baby Carsit</i>
6.	Motif	Polos
7.	Bahan Kursi	Busa dan Kulit Sintetis
8.	Inovasi Tambahan	<i>Gym Ball</i>
9.	Fitur Olahraga	Pedal Sepeda
10.	Alat Elektronik	<i>Box Music</i>

Pada kuesioner terbuka didapatkan modus dari hasil rekapitulasi kuesioner terbuka ialah bahan rangka yang terbuat dari besi aluminium, berwarna coklat, dimensi 80x90x125 cm, dengan berat 25 kg, bentuk *baby carsit*, motif polos dengan bahan kursi busa dan kulit sintetis dengan inovasi tambahkan *gym ball*, dengan fitur olahraga pedal sepeda dan dengan alat elektronik tambahan *box music*.

### 3.2. Kuesioner Tertutup

Setelah didapatkan hasil dari kuesioner terbuka, dilanjutkan dengan pembuatan kuesioner tertutup dari data yang dikumpulkan, diambil modus dari kuesioner dan dijadikan patokan dalam pembuatan dari kuesioner tertutup [17]. Hasil dari pengolahan data modus tersebut akan disusun dalam suatu kuesioner tertutup yang dikembangkan dan disesuaikan serta penggunaan skala interval sebagai skala penilaian [18]. Kuesioner ini disebarakan kepada 36 responden yang berada pada Rumah Sakit Universitas Sumatera Utara di Jalan Dr. Mansyur No. 66, Merdeka, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Atribut kuesioner tertutup dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Atribut Kuesioner Tertutup

No.	Atribut		
	Primer	Sekunder	Tersier
1.	Atribut Fungsi Utama	Bahan Rangka	Besi Aluminium
		Warna Produk	Coklat
		Dimensi	80x90x125 cm
		Berat	25 Kg
		Bentuk	Baby Carsit
		Motif	Polos
2.	Fungsi Tambahan	Bahan Kursi	Busa dan Kulit Sintetis
		Inovasi Tambahan	Gym Ball
		Fitur Olahraga	Pedal Sepeda
		Alat Elektronik	Box Music

Rekapitulasi penilaian *perankingan*/pembobotan dalam kuesioner tertutup dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Pembobotan

No.	Tas	Peringkat				Total
		1	2	3	4	
		Bobot = 4	Bobot = 3	Bobot = 2	Bobot = 1	
1.	Kelompok II	13	7	8	8	99
2.	Pesaing 1	9	11	11	8	97
3.	Pesaing 2	6	9	11	8	81
4.	Pesaing 3	8	9	6	12	83

### 3.3. Uji Validitas

#### 3.3.1. Uji Validitas Kinerja Produk

Hasil pengujian validitas kinerja dengan syarat  $R > 0,329$  untuk valid atribut produk kursi multifungsi olahraga dan terapi pada wanita hamil dapat dilihat pada perhitungan dibawah ini.

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

$$= 0,8764$$

Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, berarti kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,8764 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,6114 ialah *valid*, dimensi 0,4215 ialah *valid*, berat 0,8764 ialah *valid*, bentuk 0,3593 ialah *valid*, motif 0,4741 ialah *valid*, bahan kursi 0,8764 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,5714 ialah *valid*, fitur olahraga 0,5398 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,8764 dinyatakan *valid*.

### 3.3.2. Uji Validitas Harapan Produk

Pada uji validitas harapan produk memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, bermakna bahwa kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,7511 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,6289 ialah *valid*, dimensi 0,4314 ialah *valid*, berat 0,7511 ialah *valid*, bentuk 0,3710 ialah *valid*, motif 0,6138 ialah *valid*, bahan kursi 0,5654 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,4119 ialah *valid*, fitur olahraga 0,7511 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,4199 dinyatakan *valid*.

### 3.3.3. Uji Validitas Produk Kelompok II

Pada uji validitas produk kelompok II memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, bermakna bahwa kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,3973 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,6718 ialah *valid*, dimensi 0,6626 ialah *valid*, berat 0,3904 ialah *valid*, bentuk 0,3696 ialah *valid*, motif 0,4525 ialah *valid*, bahan kursi 0,4660 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,3787 ialah *valid*, fitur olahraga 0,3428 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,4677 dinyatakan *valid*.

### 3.3.4. Uji Validitas Produk Pesaing I

Pada uji validitas produk pesaing I  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, bermakna bahwa kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,5569 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,4348 ialah *valid*, dimensi 0,5795 ialah *valid*, berat 0,5806 ialah *valid*, bentuk 0,4516 ialah *valid*, motif 0,6645 ialah *valid*, bahan kursi 0,5784 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,4492 ialah *valid*, fitur olahraga 0,5841 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,5806 dinyatakan *valid*.

### 3.3.5. Uji Validitas Produk Pesaing II

Pada uji validitas produk pesaing II  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, bermakna bahwa kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,5812 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,6945 ialah *valid*, dimensi 0,6585 ialah *valid*, berat 0,5001 ialah *valid*, bentuk 0,7015 ialah *valid*, motif 0,6278 ialah *valid*, bahan kursi 0,5650 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,6812 ialah *valid*, fitur olahraga 0,4660 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,5709 dinyatakan *valid*.

### 3.3.6. Uji Validitas Produk Pesaing III

Pada uji validitas produk pesaing III  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, bermakna bahwa kuesioner merupakan instrumen yang *valid* dan dapat digunakan dalam pengumpulan data. Pada bahan rangka 0,7645 dengan keterangan *valid*, warna produk 0,3750 ialah *valid*, dimensi 0,4128 ialah *valid*, berat 0,5681 ialah *valid*, bentuk 0,4744 ialah *valid*, motif 0,7417 ialah *valid*, bahan kursi 0,7294 ialah *valid*, inovasi tambahan 0,7645 ialah *valid*, fitur olahraga 0,4853 ialah *valid* dan alat elektronik dengan 0,6431 dinyatakan *valid*.

## 3.4. Uji Reliabilitas

### 3.4.1. Uji Reliabilitas Kinerja Produk

Perhitungan uji reliabilitas dari data kinerja produk untuk keseluruhan pertanyaan dimana data-data nilai x didapat dari nilai hasil kuisisioner tertutup yang dapat dilihat sebagai berikut.

$$\sigma I^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} = 0,6875 \quad (4)$$

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma_2$  Hitung ialah 0,6875, pernyataan 2 didapat 0,5764, pernyataan 3 didapat 0,5826, pernyataan 4 didapat 0,6875, pernyataan 5 didapat 0,7222, pernyataan 6 didapat 1,4414, pernyataan 7 didapat 0,6875, pernyataan 8 didapat 0,7307, pernyataan 9 didapat 1,0556 dan pernyataan 10 didapat 0,6875.

### 3.4.2. Uji Reliabilitas Harapan Produk

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma^2$  Hitung ialah 0,6875, pernyataan 2 didapat 0,5764, pernyataan 3 didapat 0,5826, pernyataan 4 didapat 0,6875, pernyataan 5 didapat 1,1196, pernyataan 6 didapat 1,1728, pernyataan 7 didapat 1,5826, pernyataan 8 didapat 0,7747, pernyataan 9 didapat 0,6875 dan pernyataan 10 didapat 0,7222.

### 3.4.3. Uji Reliabilitas Produk Kelompok II

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma^2$  Hitung ialah 0,3580, pernyataan 2 didapat 0,5455, pernyataan 3 didapat 0,9722, pernyataan 4 didapat 0,8951, pernyataan 5 didapat 0,8333, pernyataan 6 didapat 0,7431, pernyataan 7 didapat 0,7986, pernyataan 8 didapat 0,2863, pernyataan 9 didapat 0,7986 dan pernyataan 10 didapat 0,9653.

### 3.4.4. Uji Reliabilitas Pesaing I

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma^2$  Hitung ialah 0,5278, pernyataan 2 didapat 0,4167, pernyataan 3 didapat 0,8542, pernyataan 4 didapat 0,9344, pernyataan 5 didapat 1,0085, pernyataan 6 didapat 0,9653, pernyataan 7 didapat 0,8542, pernyataan 8 didapat 0,9414, pernyataan 9 didapat 0,7677 dan pernyataan 10 didapat 0,9344.

### 3.4.5. Uji Reliabilitas Pesaing II

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma^2$  Hitung ialah 0,6875, pernyataan 2 didapat 0,6875, pernyataan 3 didapat 1,0525, pernyataan 4 didapat 0,9097, pernyataan 5 didapat 0,9288, pernyataan 6 didapat 0,7500, pernyataan 7 didapat 1,0208, pernyataan 8 didapat 0,9715, pernyataan 9 didapat 0,5833 dan pernyataan 10 didapat 1,0826.

### 3.4.6. Uji Reliabilitas Pesaing III

Pada pernyataan 1 didapat  $\sigma^2$  Hitung ialah 0,9722, pernyataan 2 didapat 0,4167, pernyataan 3 didapat 0,8542, pernyataan 4 didapat 0,9722, pernyataan 5 didapat 0,9414, pernyataan 6 didapat 1,4159, pernyataan 7 didapat 1,4321, pernyataan 8 didapat 0,9722, pernyataan 9 didapat 0,8117 dan pernyataan 10 didapat 1,1196.

## 4. Kesimpulan

Target pasar pada perancangan kursi multifungsi olahraga dan terapi pada wanita hamil adalah wanita hamil. Untuk perancangan kursi multifungsi olahraga dan terapi pada wanita hamil menggunakan Teknik *sampling* yang digunakan ialah menggunakan teknik Nomogram Harry King yang dimana teknik ini sebagai penentuan ukuran sampel pada populasi sebanyak 36, dengan tingkat kepercayaan yaitu 95% serta faktor pengali yang disesuaikan berdasarkan tingkat kesalahan 5% yang ditentukan. *Survey* pasar dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka dan tertutup kepada 36 responden. Melalui kuesioner tersebut didapatkan modus dari kuesioner terbuka adalah besi aluminium, coklat, 80x90x125 cm, 25 kg, *baby carsit*, polos, busa dan kulit sintetis, *gym ball*, pedal sepeda dan *box music*. Dari rekapitulasi kuesioner tertutup, diketahui bahwa hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap kinerja, harapan, dan atribut produk tersebut adalah *valid* dan *reliable*, Syarat *valid* dan reliabel diatas 0,329 dan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap kinerja, harapan, dan atribut produk tersebut adalah *valid* dan *reliable*, artinya hasil pengukuran dapat mewakili unit yang diteliti, dan memiliki konsistensi yang tinggi sehingga hasil pengukuran dapat diandalkan.

## Referensi

- [1] S. R. Nurani, "Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan," *Ekonomologi J. Ilmu Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 127–130, 2015, [Online]. Available: <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonomologi/article/view/1136>
- [2] T. P. H. Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta," *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 1, no. 2, pp. 83–96, 2018, doi: 10.17509/jithor.v1i2.13769.
- [3] C. Cesariana, F. Juliansyah, and R. Fitriyani, "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *J. Manaj. Pendidik. Dan Ilmu Sos.*, vol. 3, no. 1, pp. 211–224, 2022, doi: 10.38035/jmpis.v3i1.867.
- [4] C. L. Hutama and S. Hartono, "Analisa Pengaruh Dining Experience terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satifaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Domicile Kitcher and Lounge)," *J. Manaj. Pemasar. Petra*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2014.
- [5] S. Sirait and K. Sinaga, "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Perbankan Di Pematangsiantar," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 248, 2020, doi: 10.37600/ekbi.v3i1.126.
- [6] N. Nurdiani, "Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan," *ComTech Comput. Math. Eng. Appl.*, vol. 5, no. 2, p. 1110, 2014, doi: 10.21512/comtech.v5i2.2427.

- [7] I. Sulistiawan, H. B. Santoso, and A. Komari, "Perancangan Produk Kep Potong Rambut Dengan Mempertimbangkan Voice Of Customer Menggunakan Metode Quality Function Deployment," *JATI UNIK J. Ilm. Tek. dan Manaj. Ind.*, vol. 2, no. 1, p. 46, 2019, doi: 10.30737/jatiunik.v2i1.386.
- [8] Isti Pujihastuti, "Isti Pujihastuti Abstract," *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelit.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–56, 2010.
- [9] A. Junita, I. I. K. Hasbulla, and M. F. Azhmy, "Survei Pasar Online: Strategi Riset Pasar Untuk Mengembangkan Usaha Mikro Wanita Di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 26, no. 4, p. 205, 2020, doi: 10.24114/jpkm.v26i4.20589.
- [10] C. F. Hasibuan and S. Sutrisno, "Perancangan Produk Tas Travel Multifungsi Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd)," *J. Sist. Tek. Ind.*, vol. 19, no. 1, pp. 40–44, 2018, doi: 10.32734/jsti.v19i1.365.
- [11] J. Matematika, "d ' CartesiaN Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Produksi Padi Sawah Di".
- [12] D. Damayani, "Sihapes (Sistem Informasi Hasil Penilaian Siswa) Bagi Sekolah Menengah Pertama Di SMP Negeri 7 Semarang," *Edu Komputika J.*, vol. 1, no. 2, pp. 52–62, 2014.
- [13] S. Hayati and L. Lailatussaadah, "Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengetahuan Pembelajaran Aktif, Kreatif Dan Menyenangkan (Pakem) Menggunakan Model Rasch," *J. Ilm. Didakt.*, vol. 16, no. 2, p. 169, 2016, doi: 10.22373/jid.v16i2.593.
- [14] M. M. Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *J. Simetrik*, vol. 11, no. 1, p. 432, 2021, doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- [15] M. Volkers, "No TitleEAENH," *Ayan*, vol. 8, no. 5, p. 55, 2019.
- [16] C. Fajri and Sutrisno, "Perancangan Shelter Bus Mebidang Dengan Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)," *J. Sist. Tek. Ind.*, vol. 22, no. 1, pp. 77–89, 2020, doi: 10.32734/jsti.v22i1.3630.
- [17] D. P. Andriani, M. Choiri, and D. Priharseno, "Aplikasi Quality Function Deployment Untuk Redesign Kontainer Penyimpanan Pada Industri Kemasan Kaleng," *J. Tek. Ind.*, vol. 18, no. 2, pp. 176–190, 2017, doi: 10.22219/jtiumm.vol18.no2.176-190.
- [18] Ahmat Abdul Muis, Dwiky Kurniawan, Fauzan Ahmad, and Tri Atmaja Pamungkas, "Rancangan Meja Pengatur Ketinggian Otomatis Menggunakan Pendekatan Antropometri Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)," *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, no. 2, pp. 114–122, 2022, doi: 10.55826/tmit.v1i1i.26.