



**PAPER – OPEN ACCESS**

## Perancangan Produk Air Sole Pillow with Massage and Heater dengan Metode Survei Pasar

Author : Alya Zhafira Nasution, dkk.  
DOI : 10.32734/ee.v7i1.2235  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-7031

*Volume 7 Issue 1 – 2024 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 *Air Sole Pillow with Massage and Heater* dengan Metode Survei Pasar

Alya Zhafira Nasution\*, Dinda Rahma Aulia Harahap, Boas Harianja

Program Studi Teknik Industri, Universitas Sumatera Utara, Jln. Dr. T. Mansyur No.9 Padang Bulan, Medan, 21055, Indonesia

alyazhafiranst07@gmail.com, 2323dinda@gmail.com, boasharianja91@gmail.com

## Abstrak

Survei pasar adalah strategi *marketing* yang umum digunakan oleh perusahaan sebelum memasarkan sebuah produk. Survei pasar bertujuan untuk menentukan keinginan pasar terhadap barang yang akan dijual. Oleh karena itu, untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* dilakukan survei pasar. Survei pasar didistribusikan secara bertahap kepada pelanggan, tahap pertama yaitu metode kuesioner terbuka dan tahap selanjutnya yaitu metode kuesioner tertutup. Kuesioner ialah cara untuk mempermudah peneliti dalam mengakumulasi data tentang sikap, keyakinan, dan perilaku individu dalam organisasi serta karakteristik yang dapat dipengaruhi oleh sistem yang sudah ada atau yang akan dibuat. Setelah itu, metode uji validitas serta uji realibilitas akan digunakan dalam menguji skor dan konsistensi data hasil kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan untuk produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* adalah sampel probabilitas sederhana. Metode *Slovin* digunakan sebagai perhitungan kuantitas sampel. Dari data yang sudah diperoleh berdasarkan data kuesioner, diharapkan produk ini dapat diterima dan bermanfaat bagi masyarakat.

Kata Kunci: *Air Sole Pillow with Massage and Heater*; Kuesioner; Survei Pasar; Konsumen

## Abstract

Market surveys are a marketing strategy commonly used by companies before marketing a product. Market surveys aim to determine market desires for goods to be sold. Therefore, to find out consumer desires for the *Air Sole Pillow with Massage and Heater* product, a market survey was conducted. The market survey is distributed in stages to customers, the first stage is the open questionnaire method and the next stage is the closed questionnaire method. Questionnaires facilitate the collection of data on individual attitudes, beliefs, and behaviors within organizations, as well as characteristics that may be affected by current or prospective systems. After that, validity test methods and reliability tests will be used to test the scores and consistency of the questionnaire results data. The number of samples used for the *Air Sole Pillow with Massage and Heater* product is a simple probability sample. The *Slovin* method is employed for determining the sample size. From the data that has been obtained based on questionnaire data, it is hoped that this product will be accepted and useful for society.

Keywords: *Air Sole Pillow with Massage and Heater*; Market Survey; Questionnaire; Consumer

## 1. Pendahuluan

Pemasaran ialah suatu metode sosial di mana sebuah kumpulan masyarakat atau perseorangan berusaha menggenapi keinginan mereka dengan membuat, menjual, serta mempertukarkan barang dan jasa berharga dengan pihak lain secara bebas. Survei pasar ialah metode sistematis dan objektif dalam mencari, mengakumulasi, mengkaji, serta menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan di bidang pemasaran [1]. Survei pasar penting untuk mengetahui keinginan target pasar terhadap produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* karena membantu kompetitor mengetahui strategi yang paling efektif untuk memasarkan

sebuah produk. Metode survei pasar digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan sebagai metode penelitian [2].

Kuesioner adalah teknik untuk mengakumulasi data yang terdiri dari pembagian beberapa permasalahan pada beberapa orang dengan tujuan memperoleh tanggapan [3]. Jenis kuesioner yang diberikan kepada pelanggan secara bertahap adalah berupa kuesioner terbuka serta kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka memberikan konsumen kebebasan dalam memberikan jawaban karena pada kuesioner terbuka tidak menyediakan jawaban atas pertanyaan [4]. Kemudian, dilakukan rekapitulasi dalam kuesioner terbuka dan tanggapan yang diberikan oleh responden dimanfaatkan menjadi landasan dalam menyusun kuesioner tertutup [5]. Sedangkan, kuesioner tertutup digunakan karena jawabannya sudah tersedia dan tidak memungkinkan responden untuk memberikan informasi tambahan [6]. Kemudian, hasil dari kuesioner tertutup direkapitulasi dan kecukupan data dihitung menggunakan pengujian validitas serta pengujian reliabilitas. Pengujian validitas memiliki tujuan dalam memperhitungkan keabsahan sebuah kuesioner serta dianggap *valid* jika pertanyaannya efektif dalam mengungkapkan konsep yang akan diukur [7]. Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi tanggapan dari kuesioner yang diberikan. Sebuah tanggapan dianggap *reliable* jika stabil dari waktu ke waktu [8].

Dalam menghitung jumlah sampel yang diperlukan untuk produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater*, teknik sampel probabilitas dapat digunakan melalui salah satu jenis teknik pengambilannya yaitu pengambilan sampel acak sederhana. Sebaliknya, rumus *Slovin* dipakai untuk menetapkan jumlah sampel yang dibutuhkan.

Setelah melakukan survei pasar maka selanjutnya adalah penentuan strategi pemasaran yang mencakup tiga tahap yaitu *segmentation*, *targetting* dan *positioning*. *Segmentation* adalah membedakan pasar sebagai kelompok pembeli beragam yang kebutuhannya berbeda-beda [9]. *Targetting* adalah proses untuk memilih bagian pasar mana yang sangat memikat bagi program pemasaran [10]. *Positioning* adalah proses untuk membuat perencanaan produk dalam pasar serta membangun strategi pemasaran dengan detail [11].

*Segmentation* produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* mencakup segmentasi geografis dimana produk akan dipasarkan kepada konsumen di Kota Medan, Medan Johor. *Targetting* penjualan produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* adalah konsumen dengan jenjang usia 18-60 tahun dan kelas sosial bawah, menengah, atas. *Positioning* produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* adalah dengan mengidentifikasi target pasar, menentukan keunggulan, dan strategi yang dilakukan.

## 2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam perancangan produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

### 2.1. Perhitungan Sampel

Dalam menghitung jumlah sampel, digunakan metode *Slovin*, yakni: [12]

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Di mana:

N = Besar komunitas

n = Besar *sample*

e = Besar tingkat galat (*margin of error*)

Adapun tahapan penelitian yang dilakukan yaitu:

- Kuesioner terbuka dibuat dan disebarikan kepada responden
- Kuesioner tertutup dibuat dan disebarikan kepada responden

### 2.2. Uji Validitas

Uji validitas mengevaluasi setiap item dalam kuesioner dengan mengoreksi skor individual dari setiap item (X) dengan total skor keseluruhan (Y). Adapun rumus uji validitas yaitu: [13].

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

Di mana:

X = Nilai tanggapan semua konsumen untuk setiap pertanyaan

Y = Nilai tanggapan setiap responden untuk semua pertanyaan

N = Total keseluruhan dari semua konsumen

$r_{xy}$  = Korelasi momen produk

### 2.3. Pengujian Reliabilitas

Rumus uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* yaitu: [14].

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (3)$$

### 2.4. Importance Diagram dan Matriks Kinerja (Peta Posisi Produk)

Diagram kartesius menunjukkan atribut kualitas pelayanan dimana tingkat kepuasan atau kinerja adalah sumbu X dan tingkat kepentingan atau signifikansi adalah sumbu Y. Diagram kartesius menunjukkan 4 kuadran dengan skala prioritas yang berbeda. Untuk meningkatkan kualitas dalam *Importance Diagram* dan *Performance Matrix* yang paling penting ialah atribut yang mempunyai peringkat sangat penting, tapi kepuasan rendah. [15].

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Perolehan Penjumlahan Sampel

Hasil penjumlahan sampel oleh metode *Slovin*, yakni:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{40}{1 + 40(0,05)^2}$$

$$n = 36,36$$

$$n \approx 37 \text{ responden}$$

Perhitungan total sampel menggunakan metode *slovin* dengan tingkat kepercayaan 5% dan populasi sebanyak 40 menghasilkan jumlah sampel sebanyak 37.

### 3.2. Tabulasi Kuesioner Terbuka

Rekapitulasi data-data hasil kuesioner terbuka ditunjukkan seperti Tabel 1.

Tabel 1. Data-data dalam Kuesioner Terbuka

| Atribut       | Keterangan      |
|---------------|-----------------|
| Warna Produk  | Biru dongker    |
| Ukuran Produk | 35 x 33 x18     |
| Bentuk Produk | Persegi panjang |

| Atribut                             | Keterangan                         |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| Posisi Pijakan Kaki                 | Di tengah permukaan bantal         |
| Posisi Tombol on/off                | Di atas permukaan bantal           |
| Bahan Bantal                        | PVC berlapis kain suede            |
| Bahan Tombol on/off                 | Plastik                            |
| Alat Pijat Produk                   | Memiliki berbagai fitur pijat kaki |
| Alat Pemanas Relaksasi              | Memiliki suhu panas 40°C           |
| Tombol Pompa Bantal Secara Otomatis | Perlu                              |

### 3.3. Tabulasi Kuesioner Tertutup

Rekapitulasi data-data hasil kuesioner tertutup dapat dilihat seperti Tabel 2.

Tabel 2. Data-data hasil Kuesioner Tertutup

| No | Atribut         |                                     |                                    |
|----|-----------------|-------------------------------------|------------------------------------|
|    | Primer          | Sekunder                            | Tersier                            |
| 1  | Fungsi Utama    | Warna Produk                        | Biru Dongker                       |
|    |                 | Ukuran Produk                       | 35×33×18 cm                        |
|    |                 | Bentuk Produk                       | Persegi Panjang                    |
|    |                 | Posisi Pijakan Kaki                 | Di tengah Permukaan Bantal         |
|    |                 | Posisi Tombol <i>On/Off</i>         | Di atas Permukaan Bantal           |
|    |                 | Bahan Bantal                        | PVC Berlapis Kain Suede            |
|    |                 | Bahan Tombol <i>On/Off</i>          | Plastik                            |
| 2  | Fungsi Tambahan | Alat Pijat Produk                   | Memiliki Beberapa Fitur Pijat Kaki |
|    |                 | Alat Pemanas Relaksasi              | Memiliki Suhu Panas Sampai 40°C    |
|    |                 | Tombol Pompa Bantal Secara Otomatis | Perlu                              |

### 3.4. Hasil Uji Validitas

- Pengujian Validitas Kinerja Atribut Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater***  
 Berdasarkan rumus pada persamaan 2, maka diperoleh hasil pengujian validitas kinerja atribut produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,342, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,368, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,547, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,368, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,379, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,448, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,385, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,350, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,481, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,390. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.
- Pengujian Validitas Harapan Atribut Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater***  
 Hasil pengujian validitas harapan atribut produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,382, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,393, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,389, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,382, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,394, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,352, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,440, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,440, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,430, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,440. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.
- Pengujian Validitas Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater***

Hasil pengujian validitas produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,402, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,610, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,385, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,417, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,340, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,399, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,498, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,504, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,422, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,383. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.

- Pengujian Validitas untuk Produk Pesaing I

Hasil pengujian validitas untuk produk pesaing I yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,487, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,617, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,547, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,555, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,383, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,392, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,514, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,673, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,688, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,594. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.

- Pengujian Validitas untuk Produk Pesaing II

Hasil pengujian validitas untuk produk pesaing II yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,708, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,584, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,369, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,540, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,411, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,468, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,436, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,678, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,749, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,824. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.

- Pengujian Validitas untuk Produk Pesaing III

Hasil pengujian validitas untuk produk pesaing III yaitu untuk atribut warna produk diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,396, atribut ukuran produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,349, atribut bentuk produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,453, atribut posisi pijakan kaki memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,339, atribut posisi tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,349, atribut bahan bantal memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,353, atribut bahan tombol *on/off* memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,350, atribut alat pijat produk memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,370, atribut alat pemanas relaksasi memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,375, dan atribut tombol pompa bantal secara otomatis memperoleh nilai  $r$  sebesar 0,661. Data secara keseluruhan dianggap *valid* karena semua nilai  $r$  melebihi 0,325.

### 3.5. Hasil Uji Reliabilitas

- Pengujian Reliabilitas Kinerja Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater*

Dengan menggunakan rumus pada persamaan 3, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 0,584 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

- Pengujian Reliabilitas Harapan Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater*

Hasil perhitungan uji reliabilitas harapan produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater*, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 0,835 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

- Pengujian Reliabilitas untuk Produk Kelompok VIII A

Hasil perhitungan uji reliabilitas produk kelompok VIII A, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 0,540 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

- Pengujian Reliabilitas untuk Produk Pesaing I

Hasil penjumlahan pengujian reliabilitas pada produk pesaing I, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 0,729 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

- Pengujian Reliabilitas untuk Produk Pesaing II

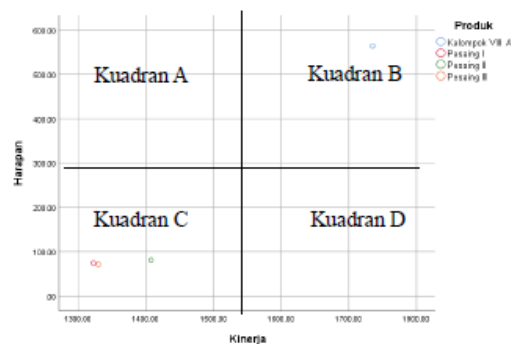
Hasil penjumlahan pengujian reliabilitas pada produk pesaing II, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 0,781 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

- Pengujian Reliabilitas untuk Produk Pesaing III

Hasil penjumlahan pengujian reliabilitas pada produk pesaing III, kita dapat mengetahui koefisien *Alpha Croanbach* menunjukkan taraf kecukupan tinggi, mencapai 1,039 beserta harga  $r$  kritis dengan  $n = 37$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,325. Kesimpulannya, konsistensi internal instrumen tergolong dapat diandalkan.

### 3.6. Hasil Importance Diagram dan Matriks Kinerja (Peta Posisi Produk)

Peta posisi dari produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Kerja Air Sole Pillow with Massage and Heater

Analisis dari peta posisi produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* adalah sebagai berikut.

- Produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* ditempatkan di kuadran B, menandakan nilai utilitas (kinerja) dan performansi (harapan) yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* memenuhi atribut yang diperlukan bagi konsumen dan mampu memadai keinginan konsumen.
- Produk pesaing I dan III ditempatkan di kuadran C, menandakan nilai utilitas (kinerja) pada posisi rendah dan *performance* (harapan) pada posisi rendah.
- Produk pesaing II ditempatkan di kuadran yang D, menandakan nilai utilitas (kinerja) pada posisi tinggi tetapi *performance* (harapan) pada posisi rendah.

## 4. Kesimpulan

Dalam menghitung jumlah sampel yang diperlukan untuk produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater*, teknik sampel probabilitas dapat digunakan melalui salah satu jenis teknik pengambilannya yaitu pengambilan sampel acak sederhana. Sebaliknya, rumus *Slovin* dipakai untuk menetapkan jumlah sampel yang dibutuhkan dan mendapatkan hasil jumlah responden yang diperlukan adalah sebanyak 37 orang. Segmentasi pasar pada pengembangan produk *Air Sole Pillow with Massage and Heater* secara geografis berada di wilayah Kota Medan dengan mempertimbangkan rentang umur 18-60 tahun. Tahapan penelitian yang dilakukan selanjutnya adalah membuat dan menyebarkan kuesioner terbuka dan tertutup kepada responden. Setelah itu, dilakukan rekapitulasi dalam kuesioner terbuka dan tanggapan yang diberikan oleh responden dimanfaatkan menjadi landasan dalam menyusun kuesioner tertutup. Hasil kuesioner tertutup direkapitulasi serta kecukupan data dihitung dengan pengujian validitas serta pengujian reliabilitas, sehingga hasil data menjadi absah dan dapat diandalkan.

## Ucapan Terima Kasih

Penyusun mengungkapkan rasa terima kasih kepada Prof. Ir. Rosnani Ginting, M.T., Ph.D., ASEAN, Eng. selaku dosen Perancangan dan Pengembangan Produk Program Studi Teknik Industri Universitas Sumatera Utara, atas bantuan serta bimbingannya selama proses penulisan jurnal ini. Kemudian, penyusun ingin menyampaikan terima kasih pada asisten-asisten

Laboratorium Sistem Produksi Program Studi Teknik Industri Universitas Sumatera Utara yang sudah memberikan bimbingan serta arahan selama pengerjaan jurnal ini.

## Referensi

- [1] A. Marlina, Musywaroh, and U. J. Cahyono, "Strategi Riset Pasar Melalui Digital Marketing Untuk Mendukung Pemasaran Produk Umkm Masyarakat Magersari Di Kawasan Baluwarti Surakarta," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur*, vol. 4, no. 2, 2021.
- [2] A. D. T. dkk Bangun, "Survei Pasar Perancangan Smart Seizure Detection Kit," *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*, vol. 5, no. 2, 2022.
- [3] A. G. Prawiyogi, T. L. Sadiyah, A. Purwanugraha, and P. N. Elisa, "Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu*, vol. 5, no. 1, 2021.
- [4] N. Shabrina, D. Darmadi, and R. Sari, "Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia," *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [5] I. Mahardika and Komarudin, "Pengaruh Media Pembelajaran Zoom Terhadap Hasil Belajar Ppkn Siswa Kelas Xii Sma Negeri 1 Tirtayasa" *Jurnal Ilmiah Universitas Primagraha*, vol. 3, no. 3, 2021.
- [6] W. Sugianto and R. Prasetyo, "Penerapan Quality Function Deployment (QFD) pada Pengembangan Produk Sabun di UKM Kota Batam," *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, vol. 17, no. 1, 2018.
- [7] M. M. Sanaky, L. M. Saleh, and H. D. Titaley, "Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangun Gedung Asmara Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik*, vol. 11, no. 1, 2021.
- [8] Teni and A. Yudianto, "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Vii Smp Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu," *Jurnal Pendidikan Indonesia*, vol. 2, no. 1, 2021.
- [9] T. Sudrartono, "Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 10, no. 1, 2019.
- [10] Ratnawili and D. Febrianty, "Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Baju Di PTM Bengkulu," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, 2023.
- [11] H. Wijaya and H. Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap," *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 01, no. 03, 2016.
- [12] A. Santoso, "Rumus Slovin: Panacea, Masalah Ukuran Sampel," *Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, vol. 4, no. 2, 2023.
- [13] F. Yusup, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 7, no. 1, 2018.
- [14] D. M. J. dkk Sipayung, "Pengembangan Produk 3D Printer dengan Survei Pasar," *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*, vol. 5, no. 2, 2022.
- [15] A. Ariesta, H. S. Rukmi, and D. Novirani, "Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Menggunakan Importance Performance Matrix Ability To Pay Dan Willingness To Pay\*," *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, vol. 4, no. 2, 2014.