



PAPER – OPEN ACCESS

Survei Pasar Perancangan Headphone X Blind Fold bagi Penderita Insomnia

Author : Gilbert Christian Saputra Damanik, dkk.
DOI : 10.32734/ee.v7i1.2259
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



Survei Pasar Perancangan *Headphone X Blind Fold* bagi Penderita Insomnia

Gilbert Christian Saputra Damanik, Ulul Azmi Ritonga, Valentina E. Simanullang*

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, Jln Dr.T. Mansyur No.9, Padang Bulan, Medan 20155, Indonesia

gilbertdamanik77@gmail.com, ululazmiritonga12312@gmail.com, valentinasimanullang3@gmail.com

Abstrak

Jenis gangguan tidur yang disebut insomnia menyebabkan kesulitan tidur. Insomnia kronis dapat menurunkan kualitas hidup. Oleh karena itu dirancang produk *Headphone X Blind Fold* untuk membantu orang yang menderita insomnia supaya tidur lebih baik. Produsen dapat merancang dan mengembangkan produk sesuai keinginan pasar dengan mengetahui spesifikasi produk yang dibutuhkan konsumen melalui survei pasar. Segmentasi pasar perlu dilakukan supaya kita mengetahui keinginan pelanggan terhadap produk *Headphone X Blind Fold*. Pasar dibagi dalam kelompok konsumen yang berbeda sesuai dengan kebutuhan, fitur, atau kegiatan yang berbeda dimana membutuhkan produk atau campuran *marketing* yang berbeda. Ini dikenal sebagai *segmenting*. Proses seleksi dan mencapai pasar dikenal sebagai *targeting*. Pemasar membuat gambaran, persepsi, dan ide tentang produk kepada konsumen melalui proses komunikasi disebut dengan *positioning*. Strategi pemasaran dilakukan dengan memilih Kota Medan sebagai lokasi pemasaran, demografi 17-35 tahun, dan tingkat ekonomi menengah. Konsep *slovin* digunakan untuk menghitung jumlah sampel, dan jumlah sampelnya adalah 37 orang. *Headphone x Blind Fold* berada di kuadran B pada peta posisi produk utama dan produk pesaing, menunjukkan bahwa produk *Headphone X Blind Fold* memiliki fitur yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Kata Kunci: *Headphone X Blind Fold*; *Sampling*; *Slovin*; Survei Pasar

Abstract

A type of sleep disorder called insomnia causes difficulty sleeping. A long-term sleep disorder can lower life quality. As a result, the *Headphone X Blind Fold* device was created to improve sleep for those who from insomnia. By using market surveys to determine the product requirements that consumers require, manufacturers can design and develop items in accordance with consumer preferences. In order to understand what customers want from the *X Blind Fold Headphone* product, market segmentation is necessary. Various consumer groups are identified within the market based on their unique wants, attributes, or activities that necessitate distinct products or marketing combinations. We call this segmentation. Targeting is the process of identifying and interacting with a market. Marketers use a communication technique known as *positioning* to shape consumers' perceptions, ideas, and pictures of items. The marketing plan was implemented by selecting Medan City as the marketing area, targeting the 17–35 age group, and using a middle-class economic background. The number of samples was determined using the *Slovin* idea, and it was 37 persons. The *Headphone X Blind Fold* product has features that satisfy the needs of customers, as seen by its placement in quadrant B on the position map of competing and primary products.

Keywords: *Headphones X Blind Fold*; *Market Survey*; *Sampling*; *Slovin*.

1. Pendahuluan

Insomnia termasuk satu dari masalah yang kerap dipermasalahakan masyarakat Indonesia. Penderita biasanya mengalami kesulitan tidur, tiba-tiba bangun di malam hari, kesulitan tidur kembali, dan merasa tidak segar saat bangun[1]. Sekitar 20 hingga

50 persen orang dewasa mengalami insomnia setiap tahunnya, dan kurang lebih 17 persen dari mereka mengalami insomnia yang serius. Kurang lebih sekitar 67 persen orang dewasa mengalami kesulitan tidur, dan prevalensi di Indonesia mencapai 10%, atau sekitar 28 juta dari 238 juta orang Indonesia. Jumlah penderita insomnia diperkirakan akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Dalam penelitian ini, kami akan merancang produk *Headphone X Blind Fold* yang bertujuan untuk membantu orang yang menderita insomnia tidur lebih baik. Orang-orang yang sensitif terhadap cahaya dan suara akan menemukan *headphone* dan *blind fold* ini sangat bermanfaat. Dengan speaker di dalamnya, produk ini cocok untuk mereka yang ingin tidur sambil mendengarkan musik[2].

Pasar memiliki dinamis yang unik karena merupakan tempat di mana penyedia dan pengguna bertemu. Produsen membutuhkan survei untuk memahami keunikan pasar.[3]. Survei adalah salah satu kegiatan untuk mengumpulkan data pokok dan digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pengguna. Survei merupakan suatu sistem untuk mengumpulkan informasi yang digunakan untuk menggambarkan, mencari perbandingan, memaparkan pengetahuan, perbuatan, dan reaksi individu seseorang[4]. Supaya mencapai keberhasilan survei pasar maka penjual harus memahami metode STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*).

Tanggapan pasar terhadap produk *Headphone X Blind Fold* dapat diketahui melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner yaitu alat ukur suatu peristiwa yang terdiri dari beberapa sesuatu yang ditanyakan untuk mendapatkan berita tentang kegiatan penelitian yang sedang dilaksanakan[5]. Kuesioner terbagi menjadi dua kategori: kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kategori ini didasarkan pada bentuk pertanyaannya.

Untuk kegiatan penelitian ini, metode sampel yang dipergunakan adalah pengembalian sampel acak sederhana, yaitu seleksi porsi populasi untuk mewakili populasi[6]. *Sampling* acak sederhana menggunakan peluang yang sama untuk setiap elemen dari populasi. Ini digunakan ketika populasi dianggap homogen[7]. Dari jumlah populasi yang tersedia diambil sampel untuk dilakukan penelitian. Pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus *slovin*[8].

Setelah data dikumpulkan, dilakukan uji kevalidan dan kekonsistenan data. Uji kevalidan data merupakan langkah yang dilakukan untuk menguji isi instrumen. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui seberapa tepat instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Selain itu, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa validator konsisten dalam menilai rancangan produk yang dibuat[10]. *Software* SPSS digunakan untuk perhitungan statistik dan analisis data baik parametrik maupun non parametrik. Uji kevalidan dan kekonsistenan data dilakukan secara manual dan menggunakan program ini[11].

2. Metode Penelitian

2.1. Strategi Pemasaran

Untuk memperoleh pemasaran yang baik diperlukan strategi pasar yang tepat. Berikut ini analisis-analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi pasar yang baik yaitu *segmenting, targeting, dan positioning*[12].

2.2. Penetapan Jumlah Sampel

Populasi terdiri dari 40 mahasiswa yang berkuliah di Universitas Sumatera Utara. *Sampling* ini diambil secara acak populasi. Rumus *slovin* digunakan untuk menghitung jumlah responden yang diteliti menggunakan rumus berikut[13].

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

Keterangan:

n = Total spesimen

N = Total populasi

e = Tingkat kekeliruan

2.3. Kuesioner Terbuka

Kuesioner ini tidak membatasi responden dalam mengisi kuesioner [14]. Kuesioner terbuka berisi pertanyaan-pertanyaan tentang 10 atribut produk yang akan dijawab responden. Dalam kuesioner terbuka, semua jawaban responden ditampung dan kemudian ditentukan modus dari setiap atribut. Modus yang diperoleh pada kuesioner terbuka menjadi acuan dalam pembuatan kuesioner tertutup.

2.4. Kuesioner Tertutup

Kuesioner yang memberikan pilihan jawaban kepada subjek penelitian disebut kuesioner tertutup. Untuk menerapkannya, kuesioner tertutup dengan menggunakan skala *Likert*. Skala tersebut merupakan skala yang dipergunakan dalam mengukur tanggapan, pandangan, persepsi, dan perilaku terhadap suatu peristiwa[15].

2.5. Uji Validitas

Rumus korelasi *product moment* digunakan dalam pengujian kevalidan data. Berikut ini adalah rumus yang dapat digunakan dalam pengujian kevalidan data.

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

Dimana:

- X : Hasil penjumlahan total untuk setiap pertanyaan
- Y : Hasil penjumlahan total pertanyaan yang diajukan
- N : Banyaknya responden
- r_{xy} : Koefisien *product moment*

2.6. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan menggunakan metode *alpha cronbach*. Rumus metode ini adalah.

$$a_x^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \quad (3)$$

Di mana:

- a_x = Koefisien *alpha cronbach*
- X = Jumlah total jawaban responden untuk setiap pertanyaan
- n = Total responden

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan adalah memilih Kota Medan sebagai lokasi pemasaran dengan usia 17-35 tahun dan tingkat ekonomi menengah.

3.2. Penetapan Jumlah Sampel

Jumlah sampel yang diambil dihitung dengan asumsi tingkat 5% ($e = 0,05$) menggunakan metode *slovin*. Hasilnya adalah sebagai berikut.

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

$$n = \frac{40}{1 + 40(0,05)^2} = 37$$

Dari perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel sebanyak 37 responden.

3.3. Penyajian Kuesioner Terbuka

Tabel 1 menampilkan rincian data untuk setiap bagian *Headphone X Blind Fold* dari hasil pembagian kuisisioner terbuka.

Tabel 1. Modus Kuesioner Terbuka

No.	Bagian-Bagian	Keterangan	Modus
1.	Model produk	<i>Over-Ear</i>	9
2.	Warna produk	Bervariatif	25
3.	Berat produk	250 g	16
4.	Sumber energi	Baterai	26
5.	Ukuran produk	Ikut kepala 15", penutup telinga 3,14"	28

No.	Bagian-Bagian	Keterangan	Modus
6.	Motif <i>blind fold</i>	Bervariatif	14
7.	Bahan produk	Plastik, busa	14
8.	Jenis terapi	Lavender, <i>nature sounds</i>	29
9.	Penyimpanan	Dilipat	26
10.	Inovasi	<i>Adjustable</i>	32

3.4. Penyajian Kuesioner Tertutup

Tabel 2 menunjukkan bagian-bagian yang diperhitungkan dalam kuisisioner tertutup.

Tabel 2. Bagian yang diperhitungkan dalam kuisisioner tertutup

No.	Tingkat Pertama	Tingkat Kedua	Tingkat Ketiga
1.	Desain Primer	Model produk	<i>Over-ear</i>
		Warna produk	Bervariatif
		Berat produk	250 g
		Sumber energi	Baterai
		Ukuran produk	Ikatan kepala 15", penutup telinga 3,14"
		Motif <i>blind fold</i>	Bervariatif
		Bahan produk	Plastik, busa
2.	Fungsi Tambahan	Jenis terapi	Lavender, <i>nature sounds</i>
		Penyimpanan	Dilipat
		Inovasi	<i>Adjustable</i>

3.5. Uji Kevalidan Data

Uji kevalidan kinerja atribut produk *Headphone X Blind Fold* menunjukkan bahwa sepuluh bagian produk tergolong valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, dengan nilai R_{hitung} maksimum 0,7141 untuk atribut jenis terapi, yang menunjukkan bahwa kuisisioner digunakan dengan benar sebagai alat ukur. Hasil pengujian validitas atribut produk *Headphone X Blind Fold* kelompok VIC menunjukkan bahwa sepuluh atribut produk tergolong valid, karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, dan nilai R_{hitung} maksimum untuk atribut berat produk sebesar 0,7652, yang menunjukkan bahwa kuisisioner digunakan dengan benar sebagai alat ukur.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Produk *Headphone X Blind Fold*

Bagian	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Model Produk	0,5420	0,3246	Absah
Warna Produk	0,4331	0,3246	Absah
Berat Produk	0,7652	0,3246	Absah
Sumber Energi	0,6786	0,3246	Absah
Ukuran Produk	0,4228	0,3246	Absah
Motif Blind Fold	0,4166	0,3246	Absah
Bahan Produk	3,4432	0,3246	Absah
Jenis Terapi	0,5517	0,3246	Absah
Penyimpanan	0,3727	0,3246	Absah
Inovasi	0,6007	0,3246	Absah

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian kevalidan kinerja produk *Headphone X Blind Fold*.

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Atribut *Headphone X Blind Fold*

Bagian	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
Model Produk	0,5047	0,3246	Absah
Warna Produk	0,5996	0,3246	Absah
Berat Produk	0,7374	0,3246	Absah
Sumber Energi	0,6154	0,3246	Absah
Ukuran Produk	0,3808	0,3246	Absah
Motif Blind Fold	0,4294	0,3246	Absah
Bahan Produk	0,5470	0,3246	Absah
Jenis Terapi	0,7141	0,3246	Absah
Penyimpanan	0,5458	0,3246	Absah
Inovasi	0,7137	0,3246	Absah

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian kevalidan harapan produk *Headphone X Blind Fold*.

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Harapan Produk *Headphone X Blind Fold*

Bagian	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
Model Produk	0,5086	0,3246	Absah
Warna Produk	0,5781	0,3246	Absah
Berat Produk	0,5597	0,3246	Absah
Sumber Energi	0,7776	0,3246	Absah
Ukuran Produk	0,4092	0,3246	Absah
Motif <i>Blind Fold</i>	0,3691	0,3246	Absah
Bahan Produk	0,3940	0,3246	Absah
Jenis Terapi	0,4217	0,3246	Absah
Penyimpanan	0,4889	0,3246	Absah
Inovasi	0,5276	0,3246	Absah

3.6. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan dengan rumus *Alpha Croanbach* dari pengujian reliabilitas kinerja produk tergolong tinggi, yaitu 0,7815, dengan pembatas R_{kritis}=0,3246 pada n = 37 dan taraf signifikansi 5 %, sehingga data kinerja produk dapat dianggap cukup baik atau dapat diandalkan. Hasil perhitungan koefisien *Alpha Croanbach* dari pengujian reliabilitas harapan produk juga tergolong tinggi, yaitu 0,6154 dengan pembatas R_{kritis} pada n = 37 dan taraf signifikan 5 % adalah 0,3246 sehingga dapat dinyatakan data produk kelompok VI C cukup baik atau *reliable*.

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian reliabilitas produk *Headphone X Blind Fold*.

Tabel 6. Perhitungan σ^2 Hitung Produk *Headphone X Blind Fold*

Pertanyaan	σ_{Hitung}^2
1.	0,6150
2.	0,3813
3.	0,7480
4.	0,4748
5.	0,6209
6.	0,5478
7.	0,6034

Pertanyaan	σ_{Hitung}^2
8.	0,3711
9.	0,4660
10.	0,5741
Jumlah	5,4025

$$\text{Variasi Total } (\sigma_r^2) = \frac{61.890 - \frac{1.506^2}{37}}{37} = 15,9927$$

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_r^2}\right) = \left(\frac{10}{10-1}\right) \left(1 - \frac{5,4025}{15,9927}\right) = 0,7358$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari R_{kritis} ($0,7358 > 0,3246$) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut *reliable*.

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian reliabilitas kinerja produk *Headphone X Blind Fold*.

Tabel 7. Perhitungan σ^2 Hitung Kinerja Produk *Headphone X Blind Fold*

Pertanyaan	σ_{Hitung}^2
1.	0,9934
2.	0,7991
3.	1,0066
4.	0,7290
5..	0,5946
6.	0,8970
7.	0,5698
8.	0,9218
9.	1,0299
10.	0,9102
Jumlah	8,4514

$$\text{Variasi Total } (\sigma_r^2) = \frac{55.092 - \frac{1.414^2}{37}}{37} = 28,494$$

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_r^2}\right) = \left(\frac{10}{10-1}\right) \left(1 - \frac{8,4514}{28,494}\right) = 0,7815$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari R_{kritis} ($0,7815 > 0,3246$) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut *reliable*.

Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian reliabilitas harapan produk *Headphone X Blind Fold*.

Tabel 8. Perhitungan σ^2 Hitung Harapan Produk *Headphone X Blind Fold*

Pertanyaan	σ_{Hitung}^2
1.	0,6413
2.	0,7538
3.	1,1030
4.	1,1468
5.	0,6516

Pertanyaan	σ_{Hitung}^2
6.	0,4441
7.	0,6808
8.	0,4003
9.	0,3360
10.	0,7480
Jumlah	6,9058

$$\text{Variasi Total } (\sigma_t^2) = \frac{55.932 - \frac{1.430^2}{37}}{37} = 17,958$$

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left(\frac{10}{10-1} \right) \left(1 - \frac{6,9058}{17,958} \right) = 0,6154$$

Hasil diatas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari R_{kritis} ($0,6154 > 0,3246$) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut *reliable*.

4. Kesimpulan

Survei pasar yang dilakukan mengenai perancangan dan pengembangan produk *Headphone X Blind Fold* menghasilkan kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang digunakan adalah memilih lokasi pemasaran di kota Medan, dan demografi konsumen adalah antara usia 17 dan 35 tahun, serta kelas menengah. Dalam penelitian ini, *Sampling* acak sederhana digunakan, artinya seluruh anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel uji. Jumlah sampel uji dihitung dengan konsep *slovin*, dan dihasilkan jumlah sampel sebanyak 37 orang. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa hasilnya valid dan dapat diandalkan. Peta posisi produk membantu Anda menentukan posisi produk di mata pelanggan. Jika dilihat dari masing-masing kriteria, produk *Headphone X Blind Fold* berada di kuadran B. Hal ini berarti produk *Headphone X Blind Fold* memiliki kualitas kinerja dan harapan yang tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen.

Referensi

- [1] F. Maindoka, G. M. O. Anderson, and A. J. Manoppo, "Insomnia dan Konsentrasi Belajar Mahasiswa," *Nutr. J.*, vol. 7, no. 2, p. 187, 2023.
- [2] Ghenta; Dkk, "Gentha Oryza Dharma," *J. Optimasi Sist. Ind.*, vol. 11, no. 1, pp. 65–77, 2018.
- [3] D. Y. A. dan A. A. A. Rayna Kartika, "Pengembangan Jejaring Inovasi Pelaksanaan Survei Pasar Produk Inovatif," vol. 4, no. 2, pp. 125–135, 2021.
- [4] N. N. Sari, SE., MBA., Budi Suprpto, Api Adyantari, and Vonezyo Yupanzara Dharomesz, "Strategi Pemasaran Digital, Branding dan Survei Pasar Produk Olahan Mawar Sapuangan," *J. Atma Inovasia*, vol. 3, no. 5, pp. 423–432, 2023.
- [5] R. N. Amalia, R. S. Dianingati, and E. Annisaa', "Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi," *Generics J. Res. Pharm.*, vol. 2, no. 1, pp. 9–15, 2022.
- [6] H. Nahumury, A. Mulyani, and H. Nurdin, "Sistem Pendukung Keputusan Mendiagnosa Penyakit Virus Corona (Covid-19) Menggunakan Metode Dempster-Shafer Jisamar (Journal of Information System , Applied , Management , Accounting and Research) p-ISSN : 2598-8700 (Printed) JISAMAR (Journal of Info," *JISAMAR, J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 4, no. 4, pp. 207–214, 2020.
- [7] E. Yulianto, F. Sanjaya, and T. Setiadi, "Pembangunan Aplikasi Ujian Online Menggunakan Akses Token & Algoritma Simple Random Sampling," *Symmetry Pas. J. Res. Math. Learn. Educ.*, vol. 5, no. Volume 5, pp. 143–158, 2020.
- [8] J. Vol et al., "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Analysis Of Customer Satisfaction With The Quality Of Distribution Services Using The Pdsq Method On UD . Zahra Barokah jvol. 5, no. 1, pp. 15–26, 2022.
- [9] R. Al Hakim, I. Mustika, and W. Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi," *FOKUS (Kajian Bimbingan. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, p. 263, 2021.
- [10] R. F. Febriandi, A. S. Susanta, and W. W. Wasidi, "Validitas Lks Matematika Dengan Pendekatan Sainifik Berbasis Outdoor Pada Materi Bangun Datar," *J. Pembelajaran dan Pengajaran Pendidik. Dasar*, vol. 3, no. 1, pp. 148–158, 2019.
- [11] F. Nugrahani and A. Imron, "Pelatihan Penggunaan Software 'SPSS' dalam Membantu Mengolah Data Kuantitatif pada Mahasiswa Semester Akhir," *J. Pengabd. Multidisiplin Indones.*, vol. 1, no. 2, p. 39, 2023, [Online].
- [12] Aisa Diaz Adhe Lusinta, dkk. "Analisis Segmenting, Targeting dan Positioning untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global pada UKM Kacang Mede "Bawang Mas" Surabaya". *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*. pp. 908-910, 2019.
- [13] A. Fauzy, *Metode Sampling*, vol. 9, no. 1. 2019. [Online].
- [14] A. kusnayat Watnaya, M. hiفزul Muiz, Nani Sumarni, A. salim Mansyur, and Q. yulianti Zaqiah, "Pengaruh Teknologi Pembelajaran Kuliah Online di Era Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Mental Mahasiswa," *EduTeach J. Edukasi dan Teknol. Pembelajaran*, vol. 1, no. 2, pp. 153–165, 2020.

- [15] E. Rosita, W. Hidayat, and W. Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial," *FOKUS (Kajian Bimbing. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, p. 279, 2021.