



PAPER – OPEN ACCESS

Survei Pasar terhadap Produk Solight Lampu Tenaga Surya Ramah Lingkungan

Author : Widya Humairah Harahap, dkk
DOI : 10.32734/ee.v8i1.2611
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 8 Issue 1 – 2025 TALENTA Conference Series: Energy & 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 terhadap Produk *Solight* Lampu Tenaga Surya Ramah Lingkungan

Widya Humairah Harahap*, Raisa Zulфина Nasution, Paris Junior Tambun

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

widyahumairahharahap@gmail.com, raisaaanich@gmail.com, paristambun27@gmail.com

Abstrak

Survei pasar adalah metode penelitian untuk mengumpulkan informasi mengenai preferensi, kebutuhan, dan perilaku konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Dalam survei ini, pengambilan sampel dilakukan untuk memastikan keterwakilan populasi, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi pasar secara keseluruhan. Sampel digunakan sebagai representasi data yang mencerminkan ciri-ciri populasi secara keseluruhan. Dalam survei pasar digunakan dua tipe kuesioner, yakni kuesioner terbuka dan tertutup. Dari pelaksanaan kuesioner terbuka tersebut diperoleh hasil berupa modus yaitu warna lampu putih, bahan tiang pipa, warna tiang putih, tinggi tiang 120 cm, daya lampu 35 watt, posisi panel surya dibawah tiang, bentuk casing balok, fitur tambahan 1 remote control kecil dan bisa digantung, fitur tambahan 2 wadah aroma terapi, dan fitur tambahan 3 pelindung panel surya dari plastik. Hasil kuesioner tertutup menunjukkan bahwa aspek kinerja, harapan, dan perbandingan dengan pesaing valid serta reliabel dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3160). Berdasarkan analisis *importance diagram*, produk *Solight* berada di Kuadran B, yang menunjukkan tingkat utilitas dan performansi tinggi serta kepuasan konsumen yang baik. Sementara itu, pesaing 1 dan 3 berada di Kuadran C dengan tingkat utilitas dan performansi rendah, sedangkan pesaing 2 juga berada di Kuadran B, menandakan performa yang setara dengan *Solight*.

Kata Kunci: Kuesioner; Sampel; *Solight*; Survei Pasar;

Abstract

Market survey is a research method to collect information regarding consumer preferences, needs, and behavior toward a product or service. In this survey, sampling is conducted to ensure the representation of the population, so that the research results reflect overall market conditions. The sample is used as a representation of data that reflects the characteristics of the population as a whole. In the market survey, two types of questionnaires are used, namely open-ended and closed-ended questionnaires. From the implementation of the open-ended questionnaire, the resulting mode includes white lamp color, pipe pole material, white pole color, 120 cm pole height, 35-watt lamp power, solar panel position under the pole, block-shaped casing, additional feature 1 small remote control and can be hung, additional feature 2 aromatherapy container, and additional feature 3 solar panel protector made of plastic. The results of the closed-ended questionnaire show that aspects of performance, expectations, and comparison with competitors are valid and reliable with $r \text{ count} > r \text{ table}$ (0.3160). Based on importance diagram analysis, Solight product is in Quadrant B, which shows high utility and performance levels as well as good consumer satisfaction. Meanwhile, competitors

1 and 3 are in Quadrant C with low utility and performance levels, while competitor 2 is also in Quadrant B, indicating performance equal to Solight.

Keywords: Questionnaire; Sample; Solight; Market Survey;

1. Pendahuluan

Strategi pemasaran merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing secara berkelanjutan, baik dalam produksi produk maupun penyediaan jasa [1]. Oleh sebab itu, strategi ini dijadikan sebagai fondasi dalam merancang perencanaan bisnis secara menyeluruh, sehingga perusahaan dapat mengelola sumber daya dengan efisien untuk meraih tujuan yang telah ditentukan. Melalui perencanaan yang terstruktur dan penerapan strategi pemasaran yang sesuai, perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, memperkuat *brand awareness*, serta mencapai sasaran bisnis lainnya [2]. Menentukan sampel merupakan salah satu tahapan krusial dalam sebuah penelitian. Sampel merupakan sebagian individu yang diambil dari populasi dengan tujuan mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Agar hasil penelitian mencerminkan kondisi yang sesungguhnya, sampel yang digunakan harus bersifat representatif terhadap populasi [3].

Dalam suatu penelitian, metode pemilihan sampel memegang peran penting dalam menentukan individu atau kelompok yang akan dijadikan sebagai sampel. Oleh sebab itu, metode tersebut perlu dijabarkan secara detail dalam rancangan penelitian agar pelaksanaannya di lapangan dapat dilakukan secara terstruktur dan jelas [4]. Pengambilan sampel bertujuan untuk mendapatkan keterwakilan populasi yang akurat, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi populasi secara keseluruhan. Jika sampel tidak representatif, hasil penelitian bisa menjadi bias. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih sebagai sumber data dan diharapkan mampu mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan [5].

Dalam pemasaran, pemilihan sampel perlu mencerminkan populasi agar data yang dikumpulkan bersifat akurat dan dapat dianalisis secara optimal. Salah satu metode yang sering digunakan untuk memperoleh data dari sampel adalah melalui penggunaan kuesioner. Kuesioner memungkinkan peneliti mendapatkan informasi langsung dari responden mengenai berbagai aspek strategi pemasaran yang sedang dikaji. Kegiatan pemasaran sendiri mencakup berbagai aktivitas, seperti periklanan, penjualan, dan distribusi produk kepada konsumen maupun perusahaan lain [6]. Guna menilai efektivitas dari strategi pemasaran tersebut, kuesioner dimanfaatkan sebagai alat penelitian yang berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden [7]. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dapat dilakukan baik secara daring maupun luring, bergantung pada kebutuhan penelitian dan karakteristik responden. Tujuannya adalah mengumpulkan data kuantitatif yang nantinya dapat dianalisis secara statistik guna memperoleh kesimpulan yang objektif [8]. Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik populasi tertentu serta memahami pola perilaku konsumen atau efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan [9].

Kuesioner umumnya dibagi menjadi dua bentuk, yakni terbuka dan tertutup. Jenis yang dipilih disesuaikan dengan tujuan riset serta tipe data yang ingin dikumpulkan. Kuesioner terbuka memungkinkan responden menjawab dengan kalimat mereka sendiri tanpa batasan pilihan jawaban [10]. Jenis kuesioner ini memberikan kebebasan bagi responden untuk mengekspresikan pandangan mereka secara lebih mendalam sesuai dengan pengalaman atau kondisi yang mereka alami [11]. Oleh karena itu, kuesioner terbuka sering digunakan dalam penelitian eksploratif yang bertujuan menggali informasi lebih luas dan mendalam.

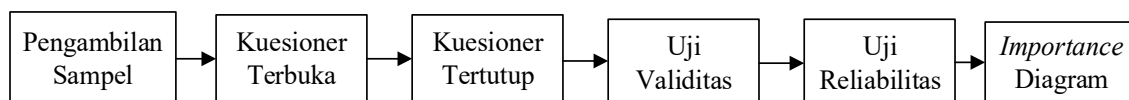
Sementara itu, kuesioner tertutup menyediakan opsi jawaban yang telah disusun sebelumnya, sehingga responden cukup memilih salah satu dari pilihan yang ada [12]. Jenis kuesioner ini membatasi ruang lingkup jawaban, tetapi mempermudah proses pengolahan dan analisis data karena hasilnya lebih terstruktur [13]. Untuk mengukur variabel penelitian dalam kuesioner, sering kali digunakan Skala *Likert*. Skala ini membantu peneliti dalam menjabarkan variabel ke dalam sejumlah indikator, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam menyusun item pertanyaan atau

pernyataan. Proses penilaian atau *skoring* dilakukan dengan memberikan angka pada jawaban responden, sehingga diperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik untuk pengujian hipotesis [14]. Dengan demikian, penggunaan Skala *Likert* dalam kuesioner tertutup membantu menghasilkan data yang lebih mudah diinterpretasikan dan dibandingkan.

Penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk *Solight* dirancang sebagai solusi yang efektif mampu menjawab kebutuhan pengguna, serta memberikan manfaat secara optimal. Produk ini dikembangkan sebagai respons terhadap permasalahan kurangnya pencahayaan di area taman, halaman rumah, dan jalur pejalan kaki yang sering kali gelap pada malam hari, sehingga dapat menimbulkan risiko terhadap keselamatan. Selain itu, tingginya penggunaan energi listrik dari sumber yang tidak ramah lingkungan turut menjadi pertimbangan utama dalam perancangan produk ini. Dengan memanfaatkan energi surya, *Solight* menghadirkan solusi pencahayaan yang efisien dan berkelanjutan. Survei pasar dalam proses perancangan *Solight* bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan konsumen agar produk yang dihasilkan sejalan dengan preferensi dan ekspektasi pengguna.

2. Metode Penelitian

Penyusunan metode penelitian bertujuan sebagai pedoman terstruktur dalam menjalankan penelitian, agar setiap tahapan dapat dilaksanakan dengan lancar dan sasaran yang direncanakan bisa dicapai secara optimal. Diagram berikut menunjukkan alur metode penelitian tersebut.



Gambar 1. Diagram Metode Penelitian

2.1. Pengambilan Sampel

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *Nomogram Harry King*. Adapun total populasi yang dijadikan acuan berjumlah 40 responden, dengan taraf kepercayaan yang ditetapkan sebesar 95%, atau setara dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Dengan menggunakan teknik *Nomogram Harry King*, diperoleh faktor pengali sebesar 1,195.

2.2. Kuesioner Terbuka

Pada penelitian responden kuesioner terbuka diperoleh melalui pengisian kuesioner yang telah disebar. Kuesioner ini berisi pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden menjawab dengan kalimat mereka sendiri tanpa batasan. Setelah disebar kepada 39 responden dengan beragam spesifikasi.

2.3. Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup merupakan jenis kuesioner yang menyediakan pilihan jawaban, sehingga responden cukup memilih opsi yang paling relevan, seperti Ya atau Tidak, tanpa bisa memberikan jawaban lain. Pada penelitian Spesifikasi responden kuesioner tertutup didapatkan dari mengisi kuesioner tertutup yang telah disebar. Setelah penyebaran kuesioner tertutup kepada 39 responden dengan spesifikasi yang berbeda-beda.

2.4. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan melalui analisis korelasi menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* yang dikembangkan oleh Pearson, karena kuesioner diukur dengan skala interval. Teknik yang digunakan adalah korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut.

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

Dimana:

X : Jumlah jawaban seluruh responden per pertanyaan

Y : Jumlah jawaban seluruh pertanyaan per responden

N : Jumlah seluruh responden

r_{xy} : Koefisien *Product Moment*.

2.5. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan tingkat kepercayaan terhadap suatu alat ukur berdasarkan konsistensinya. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui seberapa stabil dan konsisten suatu instrumen ketika digunakan berulang kali. Istilah ini sering dikaitkan dengan *consistency*, *stability*, atau *dependability* yang menggambarkan kemampuan alat ukur dalam memberikan hasil yang serupa saat digunakan pada subjek yang sama. Di bawah ini adalah rumus uji reliabilitas yang dihitung berdasarkan varians masing-masing item.

2.5.1. Rumus mencari Varians

Secara matematis, varians dapat dihitung dengan dua cara, tergantung pada apakah data yang dianalisis merupakan populasi keseluruhan atau hanya sampel dari populasi tersebut.

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N} \quad (2)$$

Keterangan :

x_i = Nilai Data ke- i

μ = Rata-rata populasi

N = Jumlah total data dalam populasi

2.5.2. Rumus mencari Alpha

Setelah pengujian validitas dilakukan, reliabilitas data diuji guna memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu bekerja secara optimal dan menghasilkan data yang konsisten. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan rumus sebagai berikut [15]:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (3)$$

2.6. Importance Diagram

Importance-Performance Analysis (IPA) adalah teknik yang diakui luas dalam bidang manajemen kualitas layanan. Metode ini memfasilitasi identifikasi atribut layanan yang kritis dengan menghubungkan tingkat kepentingan yang dirasakan dengan tingkat kinerja aktual, memungkinkan organisasi untuk mengalokasikan sumber daya secara efisien dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengambilan Sampel

Penelitian ini melibatkan sebanyak 40 orang responden sebagai sampel, dengan taraf kepercayaan yang ditetapkan sebesar 95%, atau setara dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Dengan menggunakan teknik Nomogram Harry King, diperoleh faktor pengali sebesar 1,195. Sehingga, didapatkan dengan menggunakan rumus Metode Harry king sebagai berikut.

$$n = N \times R \times \text{Faktor pengali}$$

$$n = 40 \times 80\% \times 1,195$$

$$n = 38,24 \approx 39 \text{ orang}$$

3.2. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka terdiri dari sepuluh pertanyaan yang dirancang untuk menggali minat pelanggan, dan responden diberi keleluasaan dalam memberikan jawaban sesuai pandangan mereka. Rincian atribut dari kuesioner terbuka tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Modus Atribut kuesioner terbuka

No.	Atribut	Modus
1.	Warna Lampu	Putih
2.	Tiang Lampu	Pipa
3.	Warna Tiang	Putih
4.	Tinggi Tiang	120cm
5.	Lampu	35 watt
6.	Letak Panel Surya	Di bawah tiang
7.	Bentuk <i>Casing</i> Lampu	Balok
8.	Fitur <i>Remote Control</i>	<i>Remote Control</i> kecil dapat digantung
9.	Fitur Aroma Terapi	Wadah aroma terapi ditempel di tiang penyangga
10.	Fitur Pelindung Panel Surya	Pelindung menggunakan plastik

3.3. Kuesioner Tertutup

Hasil dari penyebaran kuesioner terbuka digunakan sebagai dasar untuk menyusun dan menyebarkan kuesioner tertutup. Atribut-atribut pada kuesioner tertutup tersebut tercantum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Atribut Pertanyaan Kuesioner Tertutup

No.	Atribut		
	Primer	Sekunder	Tersier
1.	Fungsi Utama	Warna Lampu	Putih
		Tiang Lampu	Pipa
		Warna Tiang	Putih
		Tinggi Tiang	120cm
		Lampu	35 watt
		Letak Panel Surya	Di bawah tiang

2.	Fungsi Tambahan	Bentuk <i>Casing</i> Lampu	Balok
		Fitur Tambahan 1	<i>Remote Control</i> kecil dapat digantung
		Fitur Tambahan 2	Wadah Aroma Terapi
		Fitur Tambahan 3	Pelindung Panel Surya

3.4. Uji Validitas

Hasil pengujian validitas untuk masing-masing atribut disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 3. Hasil uji validitas pada tiap atribut

Atribut	Kinerja	Harapan	<i>Solight</i>	Pesaing I	Pesaing II	Pesaing III
Warna Lampu	0,3470	0,3884	0,4410	0,4301	0,4157	0,4280
Bahan Tiang	0,3821	0,3551	0,3344	0,5360	0,6039	0,4912
Warna Tiang	0,4427	0,3475	0,3566	0,6907	0,5903	0,6914
Tinggi Tiang	0,4206	0,4878	0,3629	0,6899	0,7278	0,6379
Daya Lampu	0,3389	0,3416	0,4741	0,6874	0,7350	0,4277
Posisi Lampu	0,4243	0,3254	0,3978	0,5967	0,7099	0,4935
Bentuk <i>Casing</i>	0,3715	0,3552	0,3217	0,6374	0,6013	0,6435
Atribut	Kinerja	Harapan	<i>Solight</i>	Pesaing I	Pesaing II	Pesaing III
Fitur 1	0,4499	0,3827	0,3761	0,6232	0,5149	0,5359
Fitur 2	0,3470	0,3525	0,3905	0,6908	0,5950	0,3793
Fitur 3	0,4086	0,4377	0,3852	0,5117	0,7099	0,4610

Dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa kuesioner tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

3.5. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap atribut dapat dilihat pada Tabel 5.

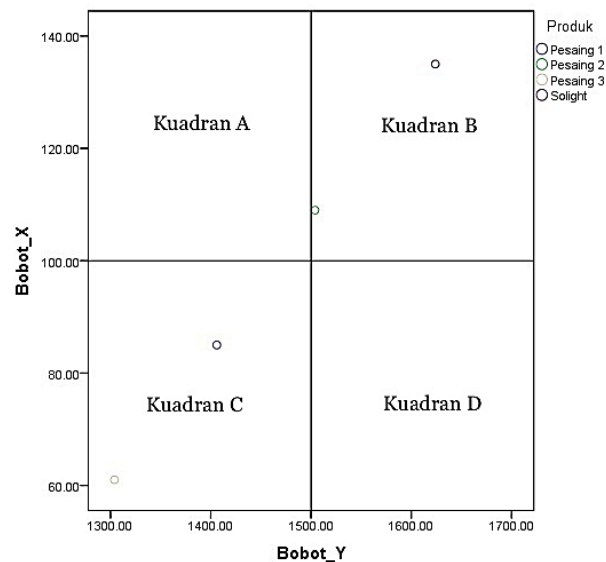
Tabel 4. hasil uji reliabilitas pada tiap atribut

Atribut	Kinerja	Harapan	<i>Solight</i>	Pesaing I	Pesaing II	Pesaing III
Warna Lampu	0,6917	0,7153	0,6838	1,4845	0,8613	1,1137
Bahan Tiang	0,6049	0,6351	0,5102	1,2715	0,8613	0,9086
Warna Tiang	0,6088	0,8968	0,4024	0,8692	0,8284	1,0848
Tinggi Tiang	0,4615	1,0493	0,8402	0,7114	0,9678	0,7548
Daya Lampu	0,8442	0,8455	0,7416	1,1203	0,7666	0,5615
Posisi Lampu	0,4852	0,8613	0,6667	0,9310	0,5733	0,5496
Bentuk <i>Casing</i>	0,8613	0,8915	0,7666	0,8284	0,6351	0,6588
Fitur 1	1,3057	1,0454	0,5365	0,7784	0,4813	0,7666
Fitur 2	0,6917	0,6469	0,3958	0,7153	0,6246	0,9033
Fitur 3	0,6601	0,6601	0,6128	0,7587	0,8297	0,9310
<i>Alpha Cronbach</i>	0,3429	0,3287	0,3510	0,8002	0,8210	0,6892

Dikarenakan maka nilai $\text{Alpha Cronbach} > r_{\text{kritis}}(0,316)$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dan tergolong reliabel

3.6. Importance Diagram

Adapun *Importance Diagram* yang menunjukkan kedudukan tiap produk adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Tampilan Pilihan Graph

Analisis terhadap peta posisi produk *Solight* menunjukkan beberapa hal berikut.

- Produk *Solight* berada di kuadran B, yang berarti produk ini memiliki tingkat utilitas (kinerja) dan performansi (harapan) yang sama-sama tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dimiliki mampu memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan.
- Produk pesaing 1 dan pesaing 3 berada di kuadran C, yang mengindikasikan bahwa produk-produk tersebut memiliki tingkat utilitas yang rendah, meskipun tingkat performansinya tinggi.
- Sementara itu, produk pesaing 2 juga menempati kuadran B, menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki utilitas dan performansi yang relatif tinggi.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa *Solight* dirancang sebagai solusi pencahayaan taman yang aman, hemat energi, dan ramah lingkungan, dengan fitur tambahan yang memberikan kenyamanan bagi pengguna. Perancangan produk ini menggunakan metode sampling probabilistik dengan pendekatan *simple random sampling*. Dalam metode ini, setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel yang mewakili keseluruhan populasi. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan Rumus *Nomogram Harry King*, yang menghasilkan kebutuhan sebanyak 39 responden.

Sebanyak 39 responden tersebut dilibatkan dalam studi awal melalui pengisian kuesioner terbuka. Dari data yang terkumpul, dilakukan analisis untuk menentukan nilai modus dari masing-masing atribut yang ditanyakan. Hasil analisis menunjukkan preferensi sebagai berikut: warna lampu putih, tiang berwarna putih, tinggi tiang 120 cm, daya lampu 35 Watt, posisi panel surya di bagian bawah tiang, bentuk *casing* lampu berbentuk balok, fitur *remote control*, ukuran *remote* kecil yang dapat digantung, serta fitur aroma terapi dengan wadah yang ditempel pada tiang penyangga.

Selanjutnya, 30 responden mengisi kuesioner tertutup yang dirancang berdasarkan hasil kuesioner terbuka sebelumnya. Setiap jawaban diberi bobot tertentu dan hasilnya diurutkan untuk menetapkan peringkat prioritas atribut.

Proses pengujian dalam penelitian ini meliputi validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan nilai kritis dari korelasi product moment untuk $n = 39$ adalah $r = 0,361$. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

Untuk uji reliabilitas, perhitungan dilakukan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Dengan menggunakan nilai kritis (r kritis) sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah responden 39, hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel

Referensi

- [1] Z. Zainuddin dan M. K. Saputra, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda) oleh: Muslimin."
- [2] I. M. Darsana dan dkk, *Strategi Pemasaran*. Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media, 2022.
- [3] N. Suryani, Ms. Jailani, N. Suriani, R. Raden Mattaher Jambi, dan U. Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Konsep Populasi dan *Sampling* Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- [4] N. Fadilah. , dkk Amin, "Konsep Umum Populasi dan sampel dalam penelitian," *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, vol. 14, no. 1, 2023.
- [5] Ms. Jailani, F. Jeka, dan U. Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, "Populasi dan *Sampling* (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis."
- [6] R. B. Seran, E. Sundari, dan M. Fadhila, "Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen," *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, hlm. 206–211, 2023.
- [7] A. G. Prawiyogi, T. L. Sadih, A. Purwanugraha, dan P. N. Elisa, "Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu*, vol. 5, no. 1, hlm. 446–452, Jan 2021, doi: 10.31004/basicedu.v5i1.787.
- [8] Z. Iba dan A. Wardhana, *Metode Penelitian Penerbit CV.Eureka Media Aksara*.
- [9] Maidiana, "Penelitian Survey," *Journal Of Education*, vol. 1, no. 2.
- [10] S. Widodo, "Buku Ajar Metode Penelitian," Pangkal Pinang, 2023.
- [11] "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia Di Kota Yogyakarta Abstrak."
- [12] I. Ernawati, "Efektifitas Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Psikodrama Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas Viid Di Smp Negeri 11 Yogyakarta Tahun Ajaran 2017/2018," : *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, vol. 5, no. 2, 2021.
- [13] N. Shabrina, D. Darmadi, dan 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, hlm. 164–173, Sep 2020, doi: 10.33753/madani.v3i2.108.
- [14] Oleh, "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu," 2019.
- [15] H. Puspasari, W. Puspita, A. Farmasi Yarsi Pontianak, dan K. Barat, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards Elections Health Supplements in Facing Covid-19," Online. [Daring]. Tersedia pada: <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>