



PAPER – OPEN ACCESS

## Perancangan dan Pengembangan Produk Eggsplore Roof dengan Menggunakan Metode Survei Pasar

Author : Khalid Hidayat, et al  
DOI : 10.32734/ee.v9i2.2807  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-7031

*Volume 9 Issue 2 – 2026 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



## Perancangan dan Pengembangan Produk *Eggsplore Roof* dengan Menggunakan Metode Survei Pasar

Khalid Hidayat, Alya Nafisah, Nur Azizah, Nabil Ramadan Batubara, Salsa Nabilah Surbakti

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

Khalidhidayat99@gmail.com, alya.nafisah.2007@gmail.com, aazizzahh1@gmail.com, ramadhannabil071@gmail.com, cunnsalnok@gmail.com

### Abstrak

Pemanasan global menyebabkan peningkatan suhu rata-rata atmosfer, yang juga berdampak pada suhu dalam ruangan sehingga mengurangi kenyamanan aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, dirancang produk *Eggsplore Roof* yang dapat menyerap panas dan menciptakan kenyamanan dalam aktivitas di dalam ruangan. Produsen dapat merancang dan mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dengan memahami spesifikasi yang diinginkan konsumen melalui survei pasar. Survei pasar adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menggunakan informasi guna membantu manajemen dalam pengambilan keputusan terkait masalah dan peluang pemasaran. Pasar dibagi menjadi kelompok konsumen yang berbeda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang memerlukan produk atau strategi pemasaran tertentu yang dikenal sebagai segmentasi. Pemilihan segmen pasar yang akan dituju disebut *targetting*, sementara pemasaran yang bertujuan untuk merancang produk dan bauran pemasaran guna menciptakan kesan yang diinginkan oleh konsumen disebut *positioning*. Strategi pemasaran dilakukan dengan memilih Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan sebagai lokasi, dengan demografi usia 30-60 tahun dan status ekonomi menengah. Penelitian ini menggunakan teknik sampel acak *Slovin* yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel, sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 37 orang. *Eggsplore Roof* terletak di kuadran B pada peta posisi produk utama dan ketiga pesaing lainnya berada pada kuadran C.

Kata Kunci: *Eggsplore Roof*; Kuesioner; Survei Pasar; Uji Reliabilitas; Uji Validitas

### Abstract

Global warming causes an increase in the average temperature of the atmosphere, which also has an impact on indoor temperatures. Therefore, the *Eggsplore Roof* product is designed to absorb heat and create comfort in indoor activities. Manufacturers can design and develop products according to market needs by understanding the specifications desired by consumers through market surveys. Market surveys are a systematic process of collecting, analyzing, and using information to assist management in making decisions related to marketing problems and opportunities. The market is divided into different consumer groups based on needs, characteristics, or behaviors that require certain products or marketing strategies known as segmentation. The selection of market segments to be targeted is called *targetting*, while marketing that aims to design products and marketing mixes to create the desired impression by consumers is called *positioning*. The marketing strategy was carried out by selecting Medan Selayang District, Medan City as the location, with a demographic age of 30-60 years and middle economic status. This study uses the *Slovin* random sampling technique which is used to calculate the number of samples. So the number of samples obtained was 37 people. *Eggsplore Roof* is located in quadrant B on the main product position map and the other three competitors are in quadrant C.

Keywords: *Eggsplore Roof*; Market Survey; Rehabilitation Test; Questionnaire; Validity Test

### 1. Pendahuluan

Pemanasan global adalah fenomena meningkatnya suhu rata-rata atmosfer, lautan, dan daratan di bumi akibat akumulasi gas rumah kaca di atmosfer [1]. Pemanasan global merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap kenyamanan termal di suatu lingkungan. Ketika sinar matahari memancarkan radiasi, maka seng akan menyerap panasnya dan mengeluarkan radiasi ke arah sekitarnya dalam bentuk gelombang panjang. Dampak pemanasan global berpengaruh pada peningkatan temperatur ruangan baik hotel, kantor, industri, termasuk ruang hunian [2]. Maka dari itu dirancanglah inovasi *Eggsplore Roof* yang bertujuan untuk mengurangi penyerapan panas pada seng dengan melapisinya menggunakan cangkang telur yang kaya akan kalsium karbonat ( $\text{CaCO}_3$ ) dengan sifat reflektif terhadap sinar matahari dan isolasi termal yang baik.

Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu atau kelompok dengan cara menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang memiliki nilai kepada pihak lain [3]. Survei pasar merupakan salah satu strategi pemasaran yang pada umumnya dilakukan oleh suatu perusahaan sebelum melakukan pemasaran produk baru. Survei pasar dilakukan untuk mengetahui keinginan target pasar produk terhadap produk yang akan dijual [4]. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Sampel acak sederhana adalah metode pengambilan sampel di mana setiap unit atau elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel [5]. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kesalahan yaitu 5% (0,05), artinya 95% data sampel diyakini kebenarannya [6].

Dalam mencapai keberhasilan survei pasar maka penjual harus memahami metode STP (*Segmenting, Targetting, dan Positioning*). Segmentasi pasar merujuk pada upaya membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang memiliki perbedaan dalam hal kebutuhan, karakteristik, atau perilaku, yang masing-masing memerlukan produk dan strategi pemasaran tertentu untuk mencapainya [7]. *Targetting* adalah proses evaluasi dan pemilihan satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. Langkah ini juga mencakup penetapan serta penempatan produk pada pasar yang dituju [8]. *Positioning* adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran dengan tujuan menciptakan citra yang diinginkan oleh konsumen. Tujuan utama dari *positioning* adalah untuk menempatkan produk sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga dapat mengoptimalkan potensi keuntungan perusahaan [9].

Tanggapan pasar terhadap *Eggsplore Roof* dapat diketahui melalui kuesioner. Kuesioner adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab [10]. Kuesioner terdiri dari dua jenis, yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner di mana responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan kehendak dan kebutuhan mereka. Kuesioner tertutup adalah kuesioner di mana jawaban sudah disediakan oleh peneliti dan hanya perlu dipilih oleh responden [11]. Kriteria kuesioner yang baik mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan mengukur koefisien korelasi *Pearson*, sementara uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha* [12]. Uji validitas dilakukan untuk memastikan kecocokan item-item dalam instrumen penelitian dan untuk menilai kejelasan kerangka penelitian [13]. Reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana pengukuran suatu fenomena atau data dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil ketika diuji ulang. Uji validitas dan reliabilitas data nantinya diuji dengan menggunakan perangkat lunak SPSS [14].

SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah aplikasi yang digunakan untuk perhitungan statistik dan manajemen data. Program ini memiliki antarmuka grafis dengan menu yang sederhana, sehingga mudah digunakan oleh pengoperannya. SPSS mendukung analisis statistik tingkat lanjut, *machine learning*, serta analisis *string* dan *big data*. Aplikasi ini juga memungkinkan integrasi untuk membangun platform analisis data yang lebih kompleks [15].

*Importance Performance Analysis* adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja dan kepentingan suatu layanan atau produk berdasarkan persepsi pelanggan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan yang sudah memadai [16]. Metode ini digunakan untuk menilai kinerja produk atau layanan dengan membandingkan dua faktor. Faktor pertama adalah tingkat kepentingan, yang menggambarkan seberapa vital suatu atribut atau fitur bagi pengguna, sedangkan faktor kedua adalah tingkat kinerja, yang menunjukkan seberapa baik atau buruk atribut atau fitur tersebut dalam produk atau layanan yang diberikan [17].

## 2. Metodologi Penelitian

### 2.1. Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* adalah rumus yang digunakan untuk menentukan sampel dengan syarat jumlah populasi sudah diketahui. Langkah pertama sebelum memasukkan jumlah populasi ke dalam rumus *Slovin* adalah menentukan *margin error*. Dalam penelitian ini, *margin error* yang ditetapkan adalah 5% yang berarti ada kemungkinan kesalahan sebesar 5%. Sementara itu 95% data sampel dianggap akurat. Perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* seperti pada berikut.

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

Keterangan:

- n = Sampel minimum
- N = Sampel populasi
- e = Persentase batas toleransi (*margin of error*)

## 2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas akan menggunakan formula korelasi *Product Moment* untuk analisis korelasi yang telah dikembangkan oleh *Pearson* yang digunakan adalah sebagai berikut.

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

Dimana:

X : Jumlah jawaban seluruh responden per pertanyaan

Y : Jumlah jawaban seluruh pertanyaan per responden

N : Jumlah seluruh responden

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

Uji Realibilitas dengan menghitung *varians* masing-masing, dengan rumus sebagai berikut.

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

## 2.3. Performance Matrix dan Importance Diagram

Untuk pembuatan peta posisi produk kelompok I/A dan ketiga pesaing lainnya, ditentukan terlebih dahulu nilai bobot X dan bobot Y produk tersebut. Untuk mencari tingkat kepuasan responden, digunakan rumus sebagai berikut.

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana:

$T_{ki}$  : Tingkat kepuasan responden

$X_i$  : Bobot X

$Y_i$  : Bobot Y

Pada diagram kartesius terdapat empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis pembatas yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), di mana X merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan kepuasan pelanggan seluruh faktor dan atribut, sedangkan Y adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat 4 faktor atau atribut ( $K = 4$ ) dengan rumus perhitungan X dan Y yaitu sebagai berikut.

$$X = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

Dimana:

K : Jumlah atribut atau faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

$X_i$  : Bobot X

$Y_i$  : Bobot Y

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Perhitungan Sampel

Populasi yang dipilih pada pengambilan sampel adalah sebanyak 40 responden. Perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kesalahan yaitu 5% (0,05), artinya 95% data sampel diyakini kebenarannya. Perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* seperti pada berikut.

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

$$n = \frac{40}{1 + 40(5\%)^2}$$

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

$$n = \frac{40}{1 + 0,1}$$

$$n = 36,36$$

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

#### 3.2. Tabulasi Kuesioner Terbuka

Adapun rekapan data pada setiap atribut *Eggsplore Roof* dari hasil pembagian kuesioner terbuka akan ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabulasi Kuesioner Terbuka pada Produk *Eggspore Roof*

| No. | Atribut                       | Modus                          |
|-----|-------------------------------|--------------------------------|
| 1.  | Material                      | <i>Aluminium</i>               |
| 2.  | Warna                         | Biru                           |
| 3.  | Ketebalan                     | 0,5 mm                         |
| 4.  | Bentuk                        | Gelombang                      |
| 5.  | Tekstur                       | <i>Matte</i>                   |
| 6.  | Massa                         | 2 kg                           |
| 7.  | Ukuran                        | 80 cm x 210 cm                 |
| 8.  | Lapisan Penyerap Panas        | Cangkang Telur                 |
| 9.  | Lapisan Kedap Suara           | <i>Acoustic Foam</i>           |
| 10. | Fitur <i>Glow in the Dark</i> | Cat <i>strontium Aluminate</i> |

#### 3.3. Tabulasi Kuesioner Tertutup

Adapun rekapan data pada setiap atribut *Eggsplore Roof* dari hasil pembagian kuesioner tertutup akan ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Tabulasi Kuesioner Tertutup pada Produk *Eggsplore Roof*

| No. | Primer          | Sekunder                      | Tersier                                |
|-----|-----------------|-------------------------------|----------------------------------------|
| 1.  | Fungsi Utama    | Material                      | Aluminium                              |
|     |                 | Warna                         | Biru                                   |
|     |                 | Ketebalan                     | 0,5 mm                                 |
|     |                 | Bentuk                        | Gelombang                              |
|     |                 | Tekstur                       | Matte                                  |
|     |                 | Massa                         | <3 kg/m <sup>2</sup>                   |
|     |                 | Ukuran                        | 80 cm x 210 cm                         |
| 2.  | Fungsi Tambahan | Fitur Penyerapan Panas        | Menggunakan Cangkang Telur             |
|     |                 | Fitur Kedap Suara             | Menggunakan <i>Acoustic Foam</i>       |
|     |                 | Fitur <i>Glow in the Dark</i> | Menggunakan <i>Strontium Aluminate</i> |

### 3.4. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas atribut produk *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut                | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Kesimpulan   |
|------------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| Material               | 0,5255              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Warna                  | 0,4848              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Ketebalan              | 0,4645              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Bentuk                 | 0,5225              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Tekstur                | 0,3655              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Massa                  | 0,3556              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Ukuran                 | 0,4736              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Fitur Penyerapan Panas | 0,4441              | 0,325              | <i>Valid</i> |

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Atribut *Eggsplore Roof* (Lanjutan)

| Atribut                        | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Kesimpulan   |
|--------------------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| Fungsi Kedap Suara             | 0,4438              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 0,3384              | 0,325              | <i>Valid</i> |

Hasil pengujian validitas kinerja produk *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Kinerja Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut                        | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Kesimpulan   |
|--------------------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| Material                       | 0,3431              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Warna                          | 0,5114              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Ketebalan                      | 0,4487              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Bentuk                         | 0,4927              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Tekstur                        | 0,3355              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Massa                          | 0,4358              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Ukuran                         | 0,5778              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Fitur Penyerapan Panas         | 0,4431              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Fungsi Kedap Suara             | 0,6103              | 0,325              | <i>Valid</i> |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 0,3920              | 0,325              | <i>Valid</i> |

Hasil pengujian validitas kinerja produk *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Harapan Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut                        | R <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Kesimpulan |
|--------------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| Material                       | 0,8348              | 0,325              | Valid      |
| Warna                          | 0,4831              | 0,325              | Valid      |
| Ketebalan                      | 0,5519              | 0,325              | Valid      |
| Bentuk                         | 0,4400              | 0,325              | Valid      |
| Tekstur                        | 0,6593              | 0,325              | Valid      |
| Massa                          | 0,4309              | 0,325              | Valid      |
| Ukuran                         | 0,7908              | 0,325              | Valid      |
| Fitur Penyerapan Panas         | 0,6770              | 0,325              | Valid      |
| Fungsi Kedap Suara             | 0,3349              | 0,325              | Valid      |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 0,5642              | 0,325              | Valid      |

### 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Data

Hasil pengujian reliabilitas atribut produk *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut   | $\sigma^2_{hitung}$ |
|-----------|---------------------|
| Material  | 1,3090              |
| Warna     | 0,9701              |
| Ketebalan | 1,1381              |
| Bentuk    | 1,5588              |

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Atribut *Eggsplore Roof* (Lanjutan)

| Atribut                        | $\sigma^2_{hitung}$ |
|--------------------------------|---------------------|
| Tekstur                        | 1,1556              |
| Massa                          | 1,5457              |
| Ukuran                         | 1,2549              |
| Fitur Penyerapan Panas         | 1,3002              |
| Fungsi Kedap Suara             | 1,2900              |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 1,1980              |
| Total                          | 12,7202             |

$$\sigma_1^2 = \frac{55.235 \frac{1.411}{37}}{37} = 24,7319$$

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{12,7202}{24,7319} \right) = 0,5396$$

Didapatkan bahwa data yang dihitung bersifat *reliable* atau dapat dipercaya, karena nilai koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari kritis yaitu sebesar 0,5936 ( $0,5396 > 0,325$ ).

Hasil pengujian reliabilitas kinerja atribut produk *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Pengujian Reliabilitas Kinerja Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut                        | $\sigma_x^2$ hitung |
|--------------------------------|---------------------|
| Material                       | 1,2973              |
| Warna                          | 1,4887              |
| Ketebalan                      | 1,0562              |
| Bentuk                         | 1,1892              |
| Tekstur                        | 1,0884              |
| Massa                          | 0,8912              |
| Ukuran                         | 1,2900              |
| Fitur Penyerapan Panas         | 1,1351              |
| Fungsi Kedap Suara             | 1,2973              |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 0,9978              |
| Total                          | 11,7312             |

$$\sigma_1^2 = \frac{53815 \frac{1411}{37}}{37} = 24,8020$$

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{11,7312}{24,8020} \right) = 0,5856$$

Didapatkan bahwa data yang dihitung bersifat *reliable* atau dapat dipercaya, karena nilai koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari rkritis yaitu sebesar 0,5856 ( $0,5856 > 0,325$ ).

Hasil uji reliabilitas harapan atribut produk *Eggsplore Roof*.

Tabel 8. Hasil Pengujian Reliabilitas Harapan Atribut *Eggsplore Roof*

| Atribut                        | $\sigma_x^2$ hitung |
|--------------------------------|---------------------|
| Material                       | 1,1629              |
| Warna                          | 1,4375              |
| Ketebalan                      | 1,0183              |
| Bentuk                         | 1,3543              |
| Tekstur                        | 1,1234              |
| Massa                          | 0,9160              |
| Ukuran                         | 1,2710              |
| Fitur Penyerapan Panas         | 1,2462              |
| Fungsi Kedap Suara             | 1,0811              |
| Fungsi <i>Glow in the Dark</i> | 1,0723              |
| Total                          | 11,6830             |

$$\sigma_1^2 = \frac{55.235 \frac{1.411}{37}}{37} = 38,5493$$

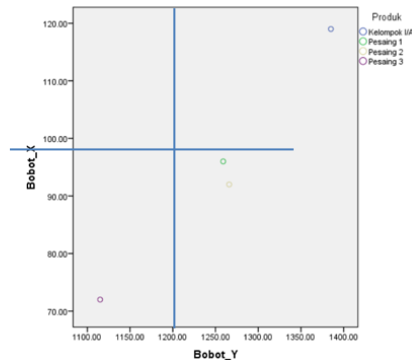
$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) = \left( \frac{10}{10-1} \right) \left( 1 - \frac{11,6830}{38,5493} \right) = 0,7744$$

Didapatkan bahwa data yang dihitung bersifat *reliable* atau dapat dipercaya, karena nilai koefisien reliabilitas hitung lebih besar dari rkritis yaitu sebesar 0,7744 ( $0,7744 > 0,325$ ).



### 3.6. Importance Diagram

Pemetaan posisi produk pompa *Eggsplore Roof* dan tiga pesaing lainnya dengan bantuan perangkat lunak SPSS dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta posisi produk *Eggsplore Roof*

Analisis dari peta posisi *Eggsplore Roof* adalah sebagai berikut:

- Kuadran A (prioritas utama) atau *attributes to improve* adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah kemiringan atap dan pelindung jemuran pada rumah tanpa atap.
- Kuadran B (kinerja dipertahankan) atau *maintain performance* adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang diinginkan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam kuadran ini.
- Kuadran C (prioritas rendah) atau *attributes to maintain* adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah fitur otomatis, beban yang dapat ditahan, dan teknologi efisiensi energi.
- Kuadran D (pelayanan berlebihan) atau *main priority* adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan, yang berarti harapan pelanggan terhadap variabel-variabel yang bersangkutan hampir terpenuhi. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah jumlah batang jemuran, panjang jemuran, jenis jemuran, warna, dan bahan utama.

## 4. Kesimpulan

Survei pasar yang dilakukan mengenai perancangan dan pengembangan produk *Eggsplore Roof* dengan penyebaran kuesioner terbuka dan tertutup. Strategi pemasaran yang digunakan adalah di Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan, dan demografi konsumen 30 hingga 60 tahun. Dalam penelitian ini, *Sampling* acak sederhana digunakan untuk seluruh anggota populasi agar memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel uji. Jumlah sampel uji dihitung dengan konsep *Slovin* dengan taraf kesalahan 5% yang berarti ada kemungkinan kesalahan sebesar 5% dan 95% data sampel dianggap akurat, sehingga didapat 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 *Eggsplore Roof* berada di kuadran B. Hal ini berarti produk *Eggsplore Roof* menunjukkan bahwa konsumen merasa beberapa atribut sangat penting dan performa dari atribut tersebut sudah memuaskan. Hal ini berarti produk *Eggsplore Roof* memiliki tingkat kinerja yang tinggi dan tingkat performansi yang tinggi. Sedangkan ketiga pesaing lainnya berada pada kuadran C yang ini menunjukkan bahwa pesaing memiliki tingkat kinerja yang rendah dan tingkat performansi yang rendah pada atribut yang tidak dianggap penting oleh konsumen.

## References

- [1] N. Nazaruddin, T. Zulfadli, and A. Mulkan, "Studi Kemampuan Penyerapan Panas pada Atap Rumah Seng Berwarna Terhadap Intensitas Matahari dalam Mengatasi Global Warming," *International Journal of Natural Science and Engineering*, vol. 4, no. 3, pp. 114–121, Dec. 2020, doi: 10.23887/ijnse.v4i3.30065.
- [2] Andre Alta Ziaulfata, Teuku Zulfadli, Nazaruddin, "Analisa Perpindahan Panas Pada Atap Seng Berwarna Hitam Dengan Variasi Ruang Di Aceh Besar," *Jurnal Ilmiah Teknik Unida*, vol. 2, no. 2, pp. 43–52, Dec. 2021, doi: 10.55616/jitu.v2i2.182.
- [3] A. Gesta Nabilla, A. Tuasela, and S. Tinggillmu Ekonomi Jambatan Bulan, "Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika," vol. 5.
- [4] A. Diocta, T. Bangun, M. Devin, and N. C. Purba, "Survei Pasar Perancangan Smart Seizure Detection Kit (The Market Survey of Smart Seizure

- Detection Kit Design),” 2022, doi: 10.32734/ee.v5i2.1583.
- [5] A. Vendhi Prasmoro, I. Iskandar, A. Bashit, and U. Agustini Srimulyani, “Jurnal Teslink : Teknik Sipil dan Lingkungan Analisis Pengaruh Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan dengan Metode Uji Regresi Linear Berganda di PT Hitachi Power System Indonesia,” vol. 4, no. 2, pp. 86–97, 2022, doi: 10.52005/teslink.v1i15i1.xxx.
- [6] Camelia Ronika Augustin I and Ferry Kosadi, “Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Sosialisasi SAK EMKM Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Penerapan SAK EMKM Pada UMKM Yang Terdaftar Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung,” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 10, no. 3, pp. 2154–2164, Jun. 2024, doi: 10.35870/jemsi.v10i3.2530.
- [7] A. Suyatno, S. Arief, M. Asir, Muh. Abduh. Anwar, and M. D. Sanusi, “Penerapan Strategi Segmenting dan Targeting dalam meningkatkan Kinerja Pemasaran: Literatur review,” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol. 6, no. 2, pp. 1598–1609, Feb. 2023, doi: 10.31539/costing.v6i2.5434.
- [8] Ryan Suhandito and Muhammad Alhada Fuadilah Habib, “Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Warkop Kamandanu Tulungagung,” *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, vol. 2, no. 2, pp. 52–68, Feb. 2024, doi: 10.30640/trending.v2i2.2225.
- [9] S. Laviyanto, “Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning) pada Lembaga Pendidikan XYZ,” 2022.
- [10] A. G. Prawiyogi, T. L. Sadih, A. Purwanugraha, and P. N. Elisa, “Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar,” *Jurnal Basicedu*, vol. 5, no. 1, pp. 446–452, Jan. 2021, doi: 10.31004/basicedu.v5i1.787.
- [11] P. D. Putu Wiweka Ari, V. Wulansari, and N. Wayan Dinda Gayatri Mahoni<sup>3</sup>, “Perancangan Konsep Bisnis Busana Ready to Wear Inspirasi Kebaya dengan Teknik Shibori,” Online. [Online]. Available: <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/damoda>
- [12] R. A. Novia *et al.*, “Riset Pasar Pupuk Kasgot,” *Jurnal Agrica*, vol. 16, no. 2, pp. 136–151, Oct. 2023, doi: 10.31289/agrica.v16i2.8562.
- [13] U. Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen Yulia Utami, P. Muslim Rasmanna, Y. Utami, and S. Pelita Nusantara Medan, “Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen,” *Jurnal Sains dan Teknologi*, vol. 4, no. 2, pp. 21–24.
- [14] F. D. P. Anggraini, A. Aprianti, V. A. V. Setyawati, and A. A. Hartanto, “Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas,” *Jurnal Basicedu*, vol. 6, no. 4, pp. 6491–6504, May 2022, doi: 10.31004/basicedu.v6i4.3206.
- [15] N. P. Rahmayanti, A. J. Karsudjono, I. Hidayatullah, and S. Pancasetia, “Pelatihan SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk Data Primer,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, 2024, [Online]. Available: <https://ejurnal.stimi-bjm.ac.id/index.php/BBJM/>
- [16] T. M. Sihombing *et al.*, “Analisis Kualitas Kemasan Logistik PT. Pos Indonesia Bandung untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus : PT. Pos Indonesia Bandung),” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 10, no. 10, pp. 841–858, 2024, doi: 10.5281/zenodo.11518406.
- [17] I. I. Nugraha, H. Supendar, and R. Fahlaifi, “Analisa Kualitas Layanan Website Perpustakaan Nasional Dengan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (IPA),” *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, vol. 12, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i1.3615.