

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PADA WILAYAH ANTAPANI KOTA BANDUNG

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO COSTUMER SATISFACTION INDIHOME ON WILAYAH ANTAPANI KOTA BANDUNG

Marsha Novella Putri¹, Arry Widodo.²

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Bisnis, Universitas Telkom

¹marshanovella14@gmail.com, ²arry.widodo@gmail.com

Abstrak

Penggunaan teknologi pada saat ini semakin berkembang pesat. Teknologi memberikan manfaat dalam dunia pengetahuan, dan juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi ilmiah. Seiring dengan bertumbuhnya pengguna teknologi telekomunikasi dan informatika, munculah inovasi baru yaitu *fixed broadband* jaringan internet yang berkecepatan tinggi. Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan *fixed broadband* yaitu PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan mengeluarkan produk barunya yang bernama Indihome. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 75 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial kualitas pelayanan Indihome berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan besaran pengaruh sebesar 23,91%, sedangkan sisanya sebesar 76.09% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu brand image, lokasi, harga atau faktor lainnya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, teknologi

Abstract

The use of technology at a time when it is increasingly booming. Technology provides benefits in the realm of knowledge, and also provide convenience for users to access scientific information. Along with the non-profit technology users grew and Informatics, a new innovation that is munculah fixed broadband high-speed internet network. One of the companies that provide the service of fixed broadband IE PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk by issuing a new product named Indihome. This research aims to know the response of consumers regarding the quality of the service, and customer satisfaction Indihome Antapani Bandung region. The method used is the quantitative methods of research in the form of causal studies. Sampling done by the method of probability sampling type of simple random sampling, with the total number of respondents as much as 75 respondents. Then, for the data analysis used the descriptive analysis and analysis of simple linear regresi. Based on the results of a test of the hypothesis partially Indihome influential service quality significantly to customer satisfaction, with the magnitude of the influence of 23,91%, while the rest of 76.09% is affected by other factors, namely brand image, location, price or other factors.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, technology

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Teknologi merupakan keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan manusia. Di era modern saat ini, penggunaan teknologi semakin berkembang pesat baik pengguna maupun inovasi. Selain memberikan manfaat dalam dunia pengetahuan, penggunaan teknologi juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses informasi ilmiah. Secara global para pengguna teknologi telekomunikasi dan informatika semakin bertumbuh pesat dari tahun 2000 sampai tahun 2015 [1]. Seiring dengan pertumbuhannya pengguna teknologi telekomunikasi dan informatika munculah inovasi yaitu dengan mengeluarkan *fixed broadband* adalah jaringan internet yang menggunakan teknologi xDSL (Digital Subscriber Lines) / kabel tembaga, FTTH (Fiber To The Home) / serat optik, leased line, satelit, Wireless Local Area Network, dan WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Acces) [2].

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menggunakan fixed broadband yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia dengan mengeluarkan produk barunya pada awal tahun 2015 yang dinamakan Indihome. Indihome adalah produk layanan fixed broadband akses internet dengan menggunakan teknologi yang mendukung fixed broadband [5].

Menurut Tony Wijaya (2011:11) Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen [6]. Selain itu, Kotler (2013:150) mengemukakan banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan [7].

Indihome yang merupakan salah satu produk dari PT. Telkom Indonesia, berhasil menarik pelanggan untuk memakai produk Indihome tersebut. Berbagai keunggulan produk yang ditawarkan tentunya tidak terlepas dari berbagai kelemahan yang menyertai setiap produk. Harapan pelanggan mengenai produk dan pelayanan Indihome tentunya mengharapkan yang terbaik, namun banyak pelanggan yang mengeluh pada pihak Indihome baik via telepon maupun via sosial media resmi Indihome bahwa kualitas pelayanan Indihome cukup buruk. PT Telekomunikasi Indonesia, terdapat keluhan terbanyak di 3 wilayah Kota Bandung antara lain Antapani, Margahayu dan Batununggal. Untuk daerah banyak keluhan di antara ke tiga nya adalah Antapani [8].

Kurangnya kemampuan Indihome dalam menghadapi keluhan pelanggan tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk Indihome. Pelayanan yang berkualitas tentunya akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan sehingga penyedia jasa harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, menurut Kotler (2013:150) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya [7].

Setiap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya maka akan menciptakan nilai kepuasan terhadap biaya yang telah dikeluarkan untuk memenuhi kepuasan tersebut. Hal ini berdampak terhadap keuntungan yang di dapatkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia dari penjualan indihome yang menurun akibat ketidakpuasan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh lagi tentang masalah ini dengan mengambil judul : “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung

2. Dasar Teori

2.1 Jasa

Tony Wijaya (2011:16): jasa dapat diartikan barang yang tidak kentara (intangible product) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan [6].

Menurut Fandy Tjiptono (2012:15) Jasa (services) merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, hotel, dan lain-lain [10].

2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan layanan atas yang mereka terima. kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Menurut Tony Wijaya (2011:11): Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Fandy Tjiptono (2012:174-175) meliputi:

- a. Wujud (*Tangibles*)
Penampilan dari elemen – elemen fisik pelayanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, perlengkapan fisik, personil dan alat - alat komunikasi.
- b. Empati (*Empathy*)
Kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses/menghubungi perusahaan. Komunikasi yang baik tercipta antara perusahaan dan pelanggan, dimana pelanggan merasa didengarkan oleh perusahaan. Adanya usaha nyata yang dilakukan oleh perusahaan untuk memahami pelanggan beserta kebutuhan pelanggan.
- c. Keandalan (*Reliability*)
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- d. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan.
- e. Jaminan (*Assurance*)
Kredibilitas, kompetensi dan kesopansantunan dari perusahaan. Dimana perusahaan dapat dipercaya untuk jujur, memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan dan melayani dengan hormat dan santun.

2.3 Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas jika harapan mereka dapat terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.

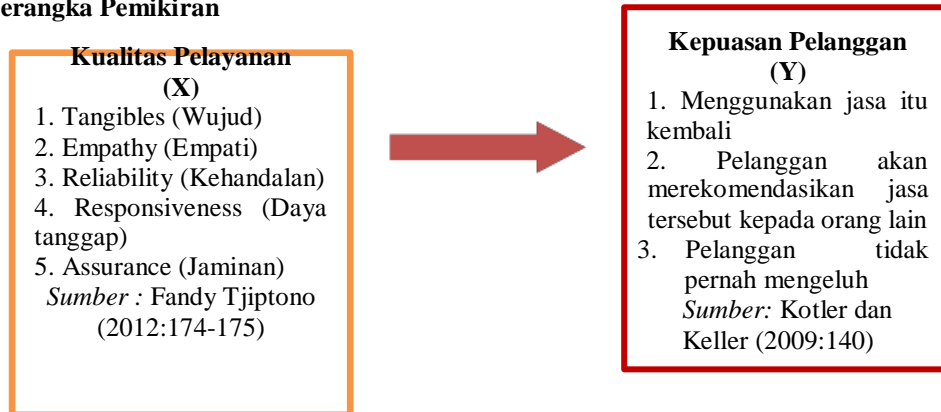
Menurut Kotler dan Keller (2009:140) pelanggan dinyatakan puas maka pelanggan akan:

1. Menggunakan jasa itu kembali
Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan pindah ke jasa lainnya.
2. Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain
Yang kedua apabila pelanggan puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain, bahkan pelanggan akan merekomendasikan jasa lain yang membuat pelanggan tersebut puas akan pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya.
3. Pelanggan tidak pernah mengeluh
Yang ketiga apabila pelanggan puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti complaint kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan complaint kepada penyedia jasa karena ketidakpuasan yang diterima pelanggan.

2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk meraih keuntungan perusahaan. Sunyoto (2012:222) mengatakan bahwa perusahaan yang berkualitas atau bermutu adalah perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan pemberi layanan dapat tercipta apabila kualitas pelayanan yang diperoleh konsumen relatif sama terhadap pengorbanan (harga, waktu dan biaya) yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut. Artinya, buruk atau baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen akan menciptakan nilai yang membentuk nilai dari kepuasan. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan. Dampaknya, pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

2.5 Kerangka Pemikiran



2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono, 2015:85). Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tinjauan pustaka diatas, maka dihasilkan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut[11] :

“Adanya Pengaruh antara variabel kualitas terhadap kepuasan pelanggan”

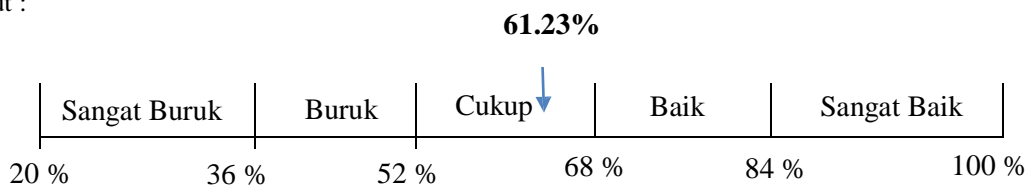
3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. Teknik yang dipilih dalam *Probability sampling* adalah *Simple random sampling*. Pada penelitian ini, jumlah populasi diketahui dengan 75 responden, maka untuk pengambilan jumlah sampel penulis menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

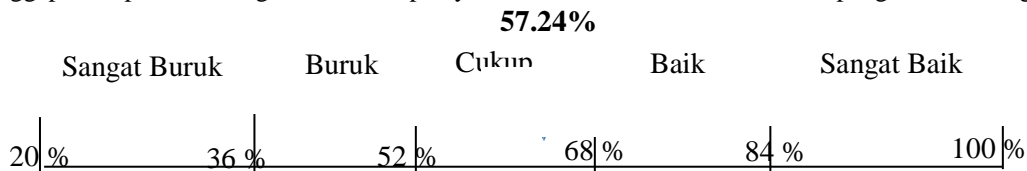
4. Pembahasan

4.1 tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Indihome. Berdasarkan hasil pengelolaan sebagai berikut :



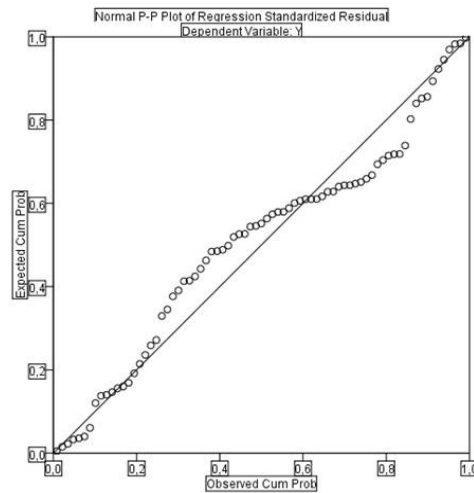
Berdasarkan gambar diatas menunjukkan rata-rata skor kualitas pelayanan sebesar 61.23% berada pada kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung berada pada kategori cukup.

4.2 tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Indihome. Berdasarkan hasil pengelolaan sebagai berikut:



Dari gambar diatas diperoleh 57.24%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah Antapani Kota Bandung berada pada kategori cukup. Bahwa tingkat kepuasan tersebut di akibatkan oleh tingkat kualitas pelayanan yang dihasilkan masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.

4.3 Uji Asumsi Klasik
4.3.1 Uji Normalitas



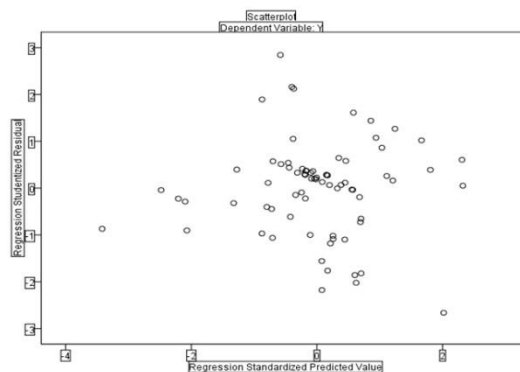
Uji Normalitas Menggunakan P-Plot
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 20, 2016

Uji Normalitas Menggunakan Kolmogrov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,56512936
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,120
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		1,041
Asymp. Sig. (2-tailed)		,228

a. Test distribution is Normal.

4.3.2 Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Heteroskedastistas pada Scatterplot
 Hasil Pengolahan Data SPSS 20, 2016

4.3.3 Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil pengolahan data didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,477 + 0,813X$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

$\alpha = 0,477$ artinya jika kualitas pelayanan bernilai nol (0), maka kepuasan pelanggan akan bernilai 0,477.

$b = 0,813$ artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,813.

Perhitungan statistik pada analisis ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,477	,519		,918	,361
X1	,813	,170	,489	4,795	,000

a. Dependent Variable: Y

4.3.4 Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian Hipotesis variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan :

H₀ : Kualitas Pelayanan (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H₁ : Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Nilai t_{tabel} untuk $n = 75$ ($df = n - k - 1$) dengan Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, didapat t_{tabel} 1,666. Dari perhitungan data diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 4,795 dan t_{tabel} 1,666. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, maka artinya Kualitas Pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil perhitungan pengujian parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,477	,519		,918	,361
X1	,813	,170	,489	4,795	,000

4.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh sebesar 23,91%, sedangkan sisanya 76,09% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

1. Hasil penelitian tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indihome berada dalam kategori cukup. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan masih dalam kategori belum memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan Indihome. Selain itu terdapat dimensi empathy memiliki skor yang cukup rendah, menyatakan pegawai indihome masih kurang dalam memberikan perhatian kepada pelanggan ketika pelanggan mengajukan keluhan mengenai Indihome.

2. Hasil penelitian tentang kepuasan pelanggan Indihome berada dalam kategori cukup. Bahwa tingkat kepuasan tersebut di akibatkan oleh tingkat kualitas pelayanan yang dihasilkan masih belum sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut masih terdapatnya jaringan atau perangkat yang masih harus di buat dalam bentuk pengawasan yang disesuaikan dan device atau peralatan yang pelanggan gunakan.
3. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada Wilayah Antapani Kota Bandung.

5.1 Saran

1. Pegawai Indihome harus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dengan sigap dan lebih baik lagi, dengan cara perusahaan menyediakan sesuatu berupa media sosial atau kotak saran di perusahaan untuk pelanggan memberikan kritikan dan saran mengenai indihome kemudian melakukan evaluasi secara rutin sehingga perusahaan maupun pegawai Indihome mengerti apa yang harus ditingkatkan dan dipertahankan. Sebagai perusahaan yang baik harus mampu melayani apa yang diinginkan oleh pelanggan dengan baik. Selain itu pada dimensi empathy, pegawai harus lebih memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan Indihome dengan cara mengevaluasi dari hasil kota kritik dan saran atau sosial media Indihome.
2. Melihat dari sisi layanan internet yang sering bermasalah mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan kepada produk indihome dengan demikian indihome harus lebih teliti dalam perbaikan jaringan atau perangkat yang digunakan oleh indihome.

Daftar Pustaka

- [1] Itu. (2013). *ICT Fact and Figures*. Di dapat dari: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-e.pdf> (diakses pada 12/01/2016).
- [2] M.tempo.co 2016. *Fixed Broadband* <https://m.tempo.co/read/news/2015/03/25/072652801/tren-4g-tak-matikan-fixed-broadband>
- [2] Siti Meiningsih (2016) *Kajian Indikator Tik Indonesia: Pola Akses Dan Penggunaan Tik Oleh Rumah Tangga Dan Individu*. ISSN. 2088-9402 VOLUME 1, No.1 September 2011
- [3] Info komputer. (2016). *Biznet Network Tampil dengan wajah baru*. From : <http://www.infokomputer.com/2015/05/berita/berita-reguler/biznet-networks-tampil-dengan-wajah-baru/>. (Di akses pada 14/02/2016).
- [3] Kabar bisnis.com (2016). *First Media incar 1,5 juta pelanggan di akhir 2015*. From <http://www.kabarbisnis.com/read/2855662/first-media-incar-1-5-juta-pelanggan-di-akhir-2015>.
- [3] Metronews.com 2016. *Kuartal 1, Indovision Masih rugi Rp130 Miliar*. From <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/05/07/123329/kuartal-i-indovision-masih-rugi-rp130-miliar>.
- [3] Okezone (2010, agustus 23) 2016, *Fixed Broadband Capai 548 Juta Pelanggan*. <http://techno.okezone.com/read/2010/08/23/54/365543/2015-fixed-broadband-capai-548-juta-pelanggan.2016>
- [4] Telkom.co.id (2016). *Laporan keuangan Telkom*. From <http://www.telkom.co.id/laporan-keuangan-telkom-kuartal-iii-tahun-2015-pendapatan-telkom-naik-15-menjadi-rp-757-triliun-cellular-voice-dan-data-internet-it-service-memberikan-kontribusi-terbesar-bagi-pondok-pendapatan.html>.
- [5] Telkom.co.id. 2015. *My broadband Indihome*. From <http://www.telkom.co.id/products/my-broadband/indihome>
- [5] Indihome.co.id. 2015. *Indihome fiber*. From <http://www.indihome.co.id/promotion/detail/indi-home-fiber>
- [6] Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Pertama*. Indeks, Jakarta.
- [7] Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2013. *Marketing Management 14th Edition*. USA: Prentice Hall

- [8] Darmawangsa, Aang. 2016. *Customer Data Management*. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- [9] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- [9] Kotler Keller. 2012. *Marketing Management, 14th edition*. Pearson Education, Publishing as Prentice Hall.
- [10] Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Edisi 2*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- [11] Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit Alfabeta