

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Masliana manurung¹, Benjamin Albert Simamora²

^{1,2}Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Maslianamanurung25@gmail.com



Masliana Manurung

Histori Artikel:

Submit: 2024-05-27

Diterima: 2024-06-07

Dipublikasikan: 2024-06-07

Kata Kunci:

Kualitas, Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen pematangsiantar. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen pematangsiantar. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen pematangsiantar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Sampel penelitian berjumlah 101 responden, pengambilan sampel menggunakan Teknik *non probability sampling* dengan jenis *random sampling*. Untuk sumber data yang dipergunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisi statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan , harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen pematangsiantar Kedua variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependen (Y). Ini membuktikan bahwa nilai *koefisien determinasi* (R²) untuk kepuasan konsumen sebesar 0.547 ini menunjukan korelasi atau hubungan antara variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen pematangsiantar. 54,7%

Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

LATAR BELAKANG

Jasa transportasi adalah salah satu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, dalam membantu melakukan aktifitas sehari-hari. Di Indonesia, jasa transportasi sudah ada sejak lama dan terus berkembang sampai saat ini. Sejauh ini jasa transportasi yang beredar di masyarakat antara lain yaitu: angkutan umum, bus, kereta api jasa transportasi konvensional dan jasa transportasi online. Jasa transportasi konvensional merupakan jasa transportasi yang dibentuk oleh kelompok maupun perorangan dengan ketentuan tarif yang sudah ditetapkan kepada konsumen sesuai dengan jarak tempuh dan jenis transportasi yang digunakan, Media internet juga tidak luput dari sasaran pelaku bisnis. Selain menjadi media komunikasi, media internet juga dapat dimanfaatkan demi menunjang aktifitas bisnis suatu perusahaan tertentu.

PT Grab merupakan perusahaan yang memimpin revolusi transportasi online di Indonesia. Grab sendiri merupakan layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis aplikasi. Tidak hanya menyediakan layanan transportasi online, Grab sendiri juga melayani jasa transportasi penumpang yang menggunakan

mobi, jasa pengiriman barang dan jasa antar makanan atau yang sering disebut *gofood*. Seiring dengan berkembangnya transportasi online banyak pesaing yang turut serta beroperasi untuk mendapatkan konsumen. Sehingga berdampak pada tingginya tingkat persaingan. pada faktanya terkadang harga yang ditawarkan berbeda dengan yang tertera di aplikasi sehingga, mengurangi kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh transportasi online (Grab) Kurang nya kedisiplinan driver transportasi online juga mempengaruhi kepuasan konsumen seperti keterlambatan driver menjemput konsumen serta sikap driver transportasi juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan memperkirakan seberapa besar manfaat yang akan didapatkan seseorang yang menggunakan layanan grab dan seberapa besar biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan pelayanan tersebut.

Selain, itu konsumen akan membandingkan harga yang dibayarkan apakah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diperoleh oleh konsumen tersebut dan konsumen juga akan membandingkan harga yang didapatkan jika konsumen tersebut menggunakan layanan transportasi lain. Kualitas pelayanan juga salah satu kunci utama dari keputusan pelanggan inti dari kepuasan pelanggan adalah keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Hal Ini dikarenakan konsumen akan senang jika pengemudi Grab tepat waktu ramah, dan cekatan dalam merespon kebutuhan konsumen. Namun disamping itu *Driver* tidak selalu mempersiapkan kebutuhan konsumen saat terjadi suatu kendala, terkadang *Driver* Grab menjemput dan mengantarkan konsumennya ketempat tujuan tidak tepat waktu sehingga konsumen merasa pelayanan yang diberikan driver transportasi online (Grab) tidak memuaskan.

Kepuasan konsumen merupakan kunci pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi transportasi online yang lain Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan fokus memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketetapan waktu untuk memenuhi harapan suatu konsumen. Dimana dari 100 mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar dapat memberikan rating atau ulasan setelah selesai menggunakan transportasi online (Grab). Dengan demikian, mahasiswa Universitas HKBP Nommensen pematangsiantar yang sudah menggunakan transportasi online (grab) dapat merasakan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan driver transportasi online (grab) dan dapat memperkirakan apakah harga yang sudah dibayarkan mahasiswa ketika menggunakan transportasi online sudah sesuai dengan kualitas yang didapat. karena itu mahasiswa dapat memberikan rating atau ulasan pada aplikasi (Grab) apakah sesuai harapan mahasiswa yang menggunakan. Dengan melihat dari rating yang tertera di aplikasi dapat diketahui apakah mahasiswa puas apa tidak dengan kualitas pelayanan yang diperoleh konsumen tersebut. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga merupakan sebuah usaha atau biasanya sejumlah uang yang dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

STUDI LITERATUR

Indrasari Berpendapat (2019:61) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dimana yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Sejalan dengan ini Indrasari mengemukakan (2019:61) definisi kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diberengi dengan keinginan konsumen serta ketetapan cara penyapaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa *service quality* atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian nya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Indrasari Mendeskripsikan (2019:36) Harga merupakan jumlah uang kemungkinan ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang

menyertainya.

Menurut Indrasari (2019 :36)” harga Merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa”. Dalam berbagai usaha penentuan harga dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti (*deregulasi*) aturan atau sistem yang mengatur, persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya persaingan ekonomi, dan peluang usaha bagi yang menempati pasar. Harga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.

Menurut Kotler (2010:138) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekseptasi mereka” tjiptono (2008 :28) Menyatakan bahwa “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon adalah respon pelanggan terhadap evolusi/ketidaksesuaian diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya “.

Kepuasan konsumen ini sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan Pembelian suatu barang/jasa Tersebut. Kepuasan konsumen tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima konsumen maupun harapan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif berjenis survey. Sugiyono (2019:8) menjelaskan bahwa “Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

HASIL

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Kualitas pelayanan	,888	0.6	Reliabel
harga	,766	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	,904	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas semua pertanyaan dan pernyataan pada semua faktor pengujian dinyatakan dapat diandalkan atau reliabel karna memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih tinggi dari 0,6

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.042	3.105		3.878	.000
KUALITAS PELAYANAN	.294	.058	.446	5.057	.000
HARGA	.112	.046	.214	2.423	.017

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Persamaan regresi linear berganda dua variabel independen yang terdapat pada tabel 4.13 adalah $b_1 = 0.294$ dan $b_2 = 0.112$ Kemudian nilai-nilai tersebut dimasukkan ke dalam persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 12.042 + 0.294 X_1 + 0.112 X_2$$

Dari model persamaan regresi linear berganda tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 12.042

Nilai dari hasil penelitian ini menunjukkan nilai sebesar 12.042 yang dapat diartikan bahwa jika variabel *kualitas pelayanan* dan harga sama dengan nol maka jumlah keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 12.042

2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) = 0.294

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.294 berarti terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen, yang berarti jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan atau 1% maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.294 atau 29.4%.

3. Nilai koefisien regresi variabel harga (b_2) = 0.112

Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0.112 berarti terdapat pengaruh positif antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen, yang berarti jika variabel harga meningkat 1 satuan atau 1% maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.112 atau 11.2 %.

Uji Statistik

Tabel 3 hasil uji t

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan IBM SPSS Statistics 22, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.042	3.105		3.878	.000
KUALITAS PELAYANAN	.294	.058	.446	5.057	.000
HARGA	.112	.046	.214	2.423	.017

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1)

Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (X_1) lebih besar dari t tabel yaitu $5.057 > 1.984$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 0.05 yaitu $0.00 < 0.05$ maka hipotesis yang diajukan diterima.

2. Variabel harga (X_2)

Nilai t hitung variabel harga lebih besar dari t tabel yaitu $2.423 > 1.984$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai signifikansi variabel harga lebih kecil dari 0.05 yaitu $0.01 < 0.05$ maka hipotesis yang diajukan diterima.

Hasil Uji Simultan (F)

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.203	2	180.601	20.926	.000 ^b
	Residual	845.787	98	8.630		
	Total	1206.990	100			
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN						

Pada tabel 4.13 diperoleh $F_{hitung} 20.926 > F_{tabel} 3.09$ dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi 0.05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, yaitu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.299	.285	2.938
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN				

Nilai koefisien R^2 pada tabel 4.14 diketahui sebesar 0.299 atau 29,9 %. Hal ini berarti 29,9 % kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar dapat dipengaruhi oleh faktor variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan sisanya 70,1 % dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan IBM SPSS Statistics 22 yang telah dilakukan, pada pengujian hipotesis uji t, nilai t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan lebih besar dari t_{tabel} yaitu $t_{hitung} 5.057 > t_{tabel} 1.984$ maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak. Diperkuat oleh nilai signifikan variabel kualitas pelayanan yang lebih kecil dari 0.05 atau 5% yaitu $0.000 < 0.05$ maka hipotesis yang diajukan diterima. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini didasarkan pada kriteria pengujian yang dimana jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima (H_{a1} diterima). Dalam pengujian regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.11, koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0.294 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan atau 1% maka variabel kepuasan konsumen juga meningkat sebesar 0.294.

Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Berdasarkan hasil perhitungan IBM SPSS Statistics 22 yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} dari variabel harga lebih besar dari t_{tabel} yaitu $t_{hitung} 2.423 > t_{tabel} 1.984$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Diperkuat oleh nilai signifikansi variabel harga yang lebih kecil dari 0.05 atau 5% yaitu $0.000 < 0.05$ maka hipotesis yang diajukan diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Hal ini didasarkan pada kriteria pengujian yang dimana jika tingkat signifikansi lebih kecil 0.05 maka hipotesis yang diajukan diterima (H_{a2} diterima). Dalam pengujian regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.11, koefisien regresi harga (X_2) sebesar 0.112 menunjukkan jika variabel harga meningkat 1 satuan atau 1% maka variabel kepuasan konsumen juga meningkat sebesar 0.112.

Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Berdasarkan uji prasyarat analisis kedua variabel kualitas pelayanan dan harga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan pada uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa nilai VIF variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) adalah $1.089 < 10$ dan tolerance $0.918 > 0.1$ maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F (uji simultan) diperoleh nilai F_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan dan harga lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu $20.926 > 3.09$ maka H_{a3} diterima. Diperkuat dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan dan harga yang lebih kecil dari 0.05 yaitu $0.00 < 0.05$ maka hipotesis yang diajukan diterima. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar.

Pengaruh koefisien determinasi

Sesuai dengan hasil pengujian determinasi, maka dapat disimpulkan bahwa R^2 adalah sebesar 0.299 atau 29,9 % yang artinya variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan harga hanya mampu menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 29,9 %. Sedangkan sisanya 70,1 % dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Pada pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.057 > 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Pada pengujian hipotesis variabel harga memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.423 > 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
3. Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen transportasi online grab pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Pada pengujian hipotesis uji F (Uji Simultan) diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.926 > 3.09$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

REFERENSI

- Abdul, Gofur 2019. Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan Vol.4 (02): hal.37-44 jurnal riset manajemen dan bisnis (JRMB) fakultas ekonomi UNIAD
- Afrilliana, Nadia. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan grab di kota Palembang. Jurnal nasional manajemen pemasaran & SDM. Vol. 1 (02): hal. 46-55 jurnal nasional manajemen pemasaran & SDM.
- Aksara
- Arikunto, Suharsimi 2014. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta:
- Arikunto, Suharsimi 2016. *Dasar-dasar evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi
- Assauri, Sofjan (2013), *Strategic Marketing*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ghozali, Imam. 2016. *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Diponegoro
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Kotler Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.



-
- Kotler, Philip dan K.L Keller (2011), *Manajemen Pemasaran, edisi 13*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Mar'ati, Nafisa Choirul. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online* (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya). Jurnal. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Permana, Ade Indra. 2020. "pengaruh kualitas website, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli pelanggan di situs belanja online bukalapak". Jurnal ekonomi bisnis. Vol. 25 (02): hal. 94-110.
- PT Rineka Cipta
- Ravella, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Sorry Coffe* Jakarta.
- Realino, Dimas dkk. 2023."pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen (studi pada mahasiswa pengguna ojek konvensional). Jurnal penelitian manajemen dan inovasi riset. Vol. 1 (04): hal. 68-81
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet