

## ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP FREIGHT FORWARDING FREIGHT FORWARDING LIABILITY INSURANCE

Edi Supardi<sup>1</sup>, Noneng Nurjanah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Logistik Bisnis, Politeknik Pos Indonesia  
email: edisupardi@poltekpos.ac.id<sup>1</sup>, noneng.nurjanah@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk *Freight Forwarding Liability Insurance*. *Freight Forwarding Liability Insurance* merupakan asuransi yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan freight forwarding terkait *rights, duties and responsibilities* yang dipersyaratkan oleh *Conventions*, Undang-undang dan peraturan yang berlaku yang bertujuan untuk menghindari kebangkrutan dan meminimalisir kerugian perusahaan freight forwarding dari tuntutan pihak ke tiga atas kelalaian yang timbul dari aktivitas jasa yang dilakukan oleh perusahaan freight forwarding.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan berdasarkan gambaran atau persepsi perusahaan freight forwarding anggota Asosiasi Logistik dan *Freight Forwarding Indonesia* (ALFI) terhadap *Freight Forwarding Liability Insurance* dengan menggunakan analisis *conjoin*. Penelitian ini ditargetkan untuk populasi anggota ALFI sebagai user atau konsumen atau pengguna jasa *Freight Forwarding Liability Insurance* dengan total data terkumpul sebanyak 54 responden. Hasil penelitian menunjukkan faktor *Price, Process* dan *Product* merupakan tiga sub variabel penting bagi perusahaan logistic anggota ALFI dalam menentukan keputusan atas pembelian *Freight Forwarding Liability Insurance*, serta empat indikator penting yang harus diperhatikan dalam perancangan jaminan Produk *Freight Forwarding Liability Insurance* bagi perusahaan logistic anggota ALFI yaitu meningkatnya Harga jual Jasa perusahaan Freight Forwarding, Harga yang kompetitif, Pembayaran Klaim yang cepat dan mudah serta produk yang dapat dipercaya.

**Kata Kunci:** *Preferensi, Freight Forwarding, Freight Forwarding Liability Insurance, Konjoin*

### Abstract

*This study aims to determine consumer preferences for Freight Forwarding Liability Insurance products. Freight Forwarding Liability Insurance is insurance that must be owned by every freight forwarding company related to rights, duties and responsibilities required by the Conventions, applicable laws and regulations aimed at avoiding bankruptcy and minimizing the loss of freight forwarding companies from third party claims for negligence arising from service activities carried out by freight forwarding companies.*

*The study aims to determine the level of importance based on the description or perception of Indonesian Logistics and Freight Forwarding Association (ALFI) member freight forwarding companies on Freight Forwarding Liability Insurance by using conjoin analysis. This study is targeted at ALFI member populations as users or consumers or users of Freight Forwarding Liability Insurance services with a total of 54 respondents collected. The results showed Price, Process and Product factors are three important sub-variables for ALFI member logistics companies in determining decisions on purchasing Freight Forwarding Liability Insurance, as well as four important indicators that must be considered in designing Freight Forwarding Liability Insurance Product guarantees for ALFI member logistics companies, namely increasing the selling price of services Freight Forwarding company, Competitive prices, Fast and easy Claim Payment and reliable products.*

**Keyword:** *Preferences, Freight Forwarding, Freight Forwarding Liability Insurance, Conjoin*

## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan perdagangan di dunia telah berkembang secara radikal, ditandai dengan berkembangnya teknologi berbasis internet yang dipadukan dengan bisnis logistic telah berubah menjadi *e-commerce*, di sisi lain liberalisme perdagangan dunia yang ditandai dengan diberlakukannya *Asean Free Trade Area (AFTA)* ditahun 2016 serta realisasi *China Asean Free Trade Area (C-AFTA)* dan *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)* akan merubah perdagangan dunia secara global dimana hambatan tarrif perdagangan antara sesama anggota dipaksa untuk dihilangkan. Sehingga perbedaan antara perdagangan internasional dan lokal akan semakin tipis, sehingga perusahaan logistik dan freight forwarding di masa yang akan datang akan memainkan peranan yang sangat penting dalam menunjang perdagangan global.

Secara *nature of business* perusahaan logistik pada umumnya dan freight forwarding pada khususnya memiliki tingkat resiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan jasa lainnya, hal ini dikarenakan objek kegiatannya yang selalu bergerak dari satu titik ke titik lainnya dengan variasi resiko dan *hazard* yang beragam, di sisi lain nilai barang yang dikirim secara umum memiliki nilai yang jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai transaksi yang dilakukan, sehingga beberapa negara lewat asosiasi logistiknya telah merumuskan dan memberikan batasan tanggung jawab perusahaan logistic dalam bentuk Konvensi, seperti *Hague Rules*, *Hamburg Rules*, *Hague Visby Rules* untuk Laut, *Convention on the Contract for the International Carriage of Goods by Road (CMR)* untuk darat, *Warsawa* dan *Montreal Rules* untuk Udara dan *Convention concerning International Carriage by Rail (COTIF)* untuk pengiriman lewat kereta. Di Indonesia secara khusus batasan tanggungjawab perusahaan freight forwarding diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan (PM) No. 49 Tahun 2017.

Dengan diterapkannya konvensi dan peraturan perusahaan freight forwarding, tanggungjawab perusahaan freight forwarding dapat dibatasi dan diminimalisir namun pembatasan ini hanya berlaku untuk jaminan atas barang yang sedang dikirim saja, sementara resiko atas kerugian pihak ketiga yang umumnya jauh lebih besar dari resiko barang belum masuk dalam jaminan ini, sehingga resiko tuntutan hukum pihak ketiga masih dapat mengancam eksistensi dan kontinuitas bisnis perusahaan *freight forwarding*. Sebagai contoh jasa transportasi trucking bandung Jakarta dengan pick up saat ini sekitar Rp 1.500.000,00. Jika ke untungan perusahaan trucking sebesar 20% maka perusahaan trucking akan mendapatkan net profit sebesar Rp 300.000,00 per trip. Apabila pick up tadi membawa kargo 10.000 unit barang X, dengan harga @ Rp 10.000.000,00 maka total resiko yang dibawa adalah sekitar Rp 100.000.000.000,00. Jika truk mengalami kecelakaan yang disebabkan oleh kelalaian driver yang mana merupakan tanggung jawab dari pemilik. Maka perusahaan trucking harus melakukan 333,333 kali perjalanan untuk menutupi satu kerugian diatas. Sehingga sangatlah penting *Freight Forwarding Liability Insurance* difahami oleh perusahaan logistik.

*Freight Forwarding Liability Insurance* adalah produk asuransi yang berfungsi untuk meminimalisir ancaman resiko tuntutan hukum pihak ketiga diatas. ALFI selaku Asosiasi yang mengetahui betapa pentingnya *Freight Forwarding Liability Insurance* ini, berusaha untuk menaungi kepentingan para anggotanya dengan cara menyediakan dan mensosialisasikan jasa *Freight Forwarding Liability Insurance* yang lengkap dengan premi terjangkau kepada para anggotanya. Namun jumlah anggota yang tertarik dan menutup *Freight Forwarding Liability Insurance* di lingkungan ALFI masih terbatas.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui preferensi perusahaan logistik terhadap produk *Freight Forwarding Liability Insurance* pada anggota ALFI di Jakarta.

## 2. METODE PENELITIAN

Permasalahan diatas akan diselesaikan dengan penelitian eksploratori dan deskriptif analitik. metode eksploratif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi (Arikunto, 2011), dimana penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai preferensi perusahaan *freight forwarding* terhadap *Freight Forwarding Liability Insurance* pada anggota ALFI di Jakarta.

Deskriptif analitik merupakan metode yang bercirikan pada pemusatan pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau actual dengan data yang dikumpulkan kemudian dijelaskan dan dianalisis (Sedarmayanti, 2011).

Analisis dalam penelitian ini juga menggunakan analisis conjoint yaitu sebuah teknik yang berguna untuk mengukur preferensi konsumen terhadap atribut dalam sebuah produk atau jasa. Conjoint berdasarkan pada subjektivitas konsumen terhadap beberapa kombinasi fitur yang ditawarkan. Subjektivitas tersebut diukur melalui peringkat (rank) atau skor (menggunakan skala likert).

Skala merupakan mekanisme atau alat dalam penelitian yang dapat dipakai oleh individu untuk membedakan satu variable dengan variable lainnya yang lainnya. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala nominal dan ordinal (Sekaran, 2010). Skala nominal adalah alat yang digunakan untuk menyatakan kategori atau kelompok dari suatu subjek (Ghozali, 2013). Skala nominal dari penelitian ini digunakan dalam profil responden pada kuesioner. Sedangkan skala ordinal menurut sekaran (2010:142) merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengelompokkan variable yang ada serta memberikan ranking atau urutan antar variabel tersebut. Skala ordinal dipakai dalam kuestioner untuk perusahaan freight forwarding, dimana dalam penelitian ini menggunakan skala likert (Sekaran, 2010).

Hasil dari analisis conjoint yang diukur menggunakan skala likert ini berupa informasi yang bersifat kuantitatif dari hasil penilaian perusahaan freight forwarding untuk mengetahui preferensinya. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan teknik survey dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1.1. Demografi Responden

**Tabel 1.** Hasil Kuesioner analisis preferensi konsumen terhadap *Freight Forwarding Liability Insurance*

Indicators	Kode	Jumlah	Indicators	Kode	Jumlah
Gender	Laki-laki	42	Lama Bekerja Responden (Tahun)	< 2	14
	Perempuan	12		2 ~ 3	8
	Freight Forwarding	44		>3 ~ 5	10
Bidang Usaha	Warehousing	28	Jabatan	> 5	22
	Trucking	32		Staff	16
	Shipping Line	0		Supervisor	0
	Depot Container	10		Asisten Manajer	4
	Air Line	0		Manajer	10
	Courier Services	0		Senior Manajer	4
	CFS	44	Direktur	20	
	Stevedor	0	Pengalaman Rugi Akibat Resiko Bisnis	Ya	28
	Packaging Services	46		Tidak	26
	Shipper/buyer	0	Kepemilikan Liability Insurance	Ya	22
	Others Services	46		Tidak	32
	Jangkauan Layanan	Lokal	54	Mengetahui Fungsi Liability Insurance	Ya
Nasional		46	Tidak		50
Internasional		34			

\*Result of Data Collection 2019

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan table 3 diatas, total responden yang memenuhi syarat dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 54 responden, responden dibagi berdasarkan Gender, Bidang Usaha, Jangkauan Layanan, Lama bekerja, Jabatan, Pengalaman Kerugian, Kepemilikan *Freight Forwarding Liability Insurance* serta pemahaman responden atas manfaat dan jaminan dari *Freight Forwarding Liability Insurance*.

### 1.2. Mendesain Stimuli

Berdasarkan Tabel 4 Untuk memudahkan responden maka jumlah kombinasi yang besar perlu di kurangi dengan cara membuat syntax SPSS. Hasil Syntax berdasarkan SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Hasil Pembuatan Stimuli

	Card ID	PRODUCT	PRICE	PLACE	PROMOTION	PEOPLE	PROCESS	PHYSICAL EVIDENCE
1	1	JAMINAN	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	CITRA JASA LEBIH BAIK
		KEAMANAN		JURISDICTION	BISNIS	FFL	CEPAT	
2	2	JAMINAN	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KEAMANAN		JURISDICTION		FFL	MUDAH	DALAM STC
3	3	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	CITRA JASA LEBIH BAIK
						FFL	CEPAT	
4	4	DAPAT DIPERCAYA	HARGA JASA	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
			MENINGKAT	JURISDICTION	BISNIS	FFL	CEPAT	DALAM STC
5	5	JAMINAN	HARGA JASA	GLOBAL	COVER SEMUA CARGO	FAHAM BATASAN	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KEAMANAN	MENINGKAT	JURISDICTION		TANGGUNGJAWAB	CEPAT	DALAM STC
6	6	JAMINAN	HARGA JASA	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KUALITAS	MENINGKAT	JURISDICTION	BISNIS	FFL	MUDAH	DALAM STC
7	7	JAMINAN	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KUALITAS		JURISDICTION	BISNIS	FFL	CEPAT	DALAM STC
8	8	JAMINAN	HARGA JASA	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	CITRA JASA LEBIH BAIK
		KEAMANAN	MENINGKAT	UDARA	BISNIS	FFL	MUDAH	
9	9	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM BATASAN	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
				JURISDICTION	BISNIS	TANGGUNGJAWAB	MUDAH	DALAM STC
10	10	JAMINAN	KOMPETITIF	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KUALITAS		UDARA		FFL	MUDAH	DALAM STC
11	11	JAMINAN	KOMPETITIF	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA SKALA	FAHAM BATASAN	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KUALITAS		UDARA	BISNIS	TANGGUNGJAWAB	CEPAT	DALAM STC
12	12	DAPAT DIPERCAYA	HARGA JASA	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
			MENINGKAT	UDARA	BISNIS	FFL	CEPAT	DALAM STC
13	13	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM BATASAN	PROSES KLAIM	CITRA JASA LEBIH BAIK
				JURISDICTION	BISNIS	TANGGUNGJAWAB	MUDAH	
14	14	JAMINAN	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	CITRA JASA LEBIH BAIK
		KUALITAS		JURISDICTION	BISNIS	FFL	CEPAT	
15	15	JAMINAN	KOMPETITIF	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA SKALA	FAHAM BATASAN	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KEAMANAN		UDARA	BISNIS	TANGGUNGJAWAB	CEPAT	DALAM STC
16	16	JAMINAN	KOMPETITIF	GLOBAL	COVER SEMUA SKALA	FAHAM MANFAAT	PROSES KLAIM	WAJIB DICANTUMKAN
		KEAMANAN		JURISDICTION	BISNIS	FFL	CEPAT	DALAM STC

	Card ID	PRODUCT	PRICE	PLACE	PROMOTION	PEOPLE	PROCESS	PHYSICAL EVIDENCE
17	17	JAMINAN KUALITAS	HARGA JASA MENINGKAT	GLOBAL JURISDICTION	COVER SEMUA CARGO	FAHAM BATASAN TANGGUNGJAWAB	PROSES KLAIM CEPAT	CITRA JASA LEBIH BAIK
18	18	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	GLOBAL JURISDICTION	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT FFL	PROSES KLAIM CEPAT	WAJIB DICANTUMKAN DALAM STC
19 <sup>a</sup>	19	JAMINAN KUALITAS	KOMPETITIF	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT FFL	PROSES KLAIM CEPAT	WAJIB DICANTUMKAN DALAM STC
20 <sup>a</sup>	20	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	GLOBAL JURISDICTION	COVER SEMUA SKALA BISNIS	FAHAM MANFAAT FFL	PROSES KLAIM MUDAH	CITRA JASA LEBIH BAIK
21 <sup>a</sup>	21	DAPAT DIPERCAYA	KOMPETITIF	GLOBAL JURISDICTION	COVER SEMUA CARGO	FAHAM MANFAAT FFL	PROSES KLAIM MUDAH	WAJIB DICANTUMKAN DALAM STC
22 <sup>a</sup>	22	JAMINAN KEAMANAN	HARGA JASA MENINGKAT	COVER DARAT, LAUT, UDARA	COVER SEMUA SKALA BISNIS	FAHAM BATASAN TANGGUNGJAWAB	PROSES KLAIM MUDAH	WAJIB DICANTUMKAN DALAM STC

a. Holdout

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 2 di atas didapatkan total stimuli sebanyak 22 stimuli dengan penjelasannya.

### 1.3. Nilai Utility

Nilai utility merupakan tingkat penilaian responden terhadap atribut serta level atributnya. Berdasarkan perhitungan SPSS didapatkan nilai utility sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 3, kita dapat melihat nilai kepentingan setiap atribut yang paling diperhatikan oleh perusahaan Logistik secara berurutan dari Ranking 1 hingga 4 adalah, kepemilikan Freight Forwarding Liability Insurance dapat meningkatkan Harga jual Jasa perusahaan Freight Forwarding, Harga yang kompetitif, Pembayaran Klaim yang cepat dan mudah serta produk yang dapat dipercaya dengan nilai Utility Estimate positif. Sedangkan untuk indikator lainnya menghasilkan koefisien utility estimate yang negatif.

**Tabel 3.** Nilai Utility

Sub Variabel	Indikator	Utility Estimate	Ranking
Product	Jaminan Kualitas	-0,203	10
	Jaminan Keamanan	-0,106	8
	Dapat di percaya	0,067	4
Price	Harga Kompetitif	0,644	2
	Harga Jasa meningkat	1,451	1
Place	Jurisdiction Global	-0,01	5
	Menjamin Darat, laut dan udara	-0,01	5
Promotion	Dapat diaplikasikan di semua skema bisnis	-0,433	14
	Dapat diaplikasikan dalam semua jenis pengiriman	-0,472	15
People	Fihak terlibat mengetahui manfaat LI	-0,241	11
	Karyawan memahami batasan dan tanggungjawab pekerjaannya	-0,241	11
Process	Pembayaran klaim cepat	0,086	3
	Proses klaim mudah dan permintaan dokumen dapat dipenuhi	-0,049	7
Physical Evidence	LI wajib dicantumkan di STC	-0,126	9
	LI menjadikan jasa lebih baik di mata konsumen	-0,356	13

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS

#### 1.4. Nilai Kepentingan Relatif

Nilai Kepentingan Relatif merupakan nilai yang membandingkan tingkat perhatian responden terhadap setiap atribut. Hasil perhitungan SPSS atas nilai kepentingan relative adalah sebagai berikut;

**Tabel 4.** Nilai Kepentingan Relatif

Importance Values	
Indikator	100.00

Averaged Importance Score

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 4, nilai kepentingan relative dari ketujuh sub variabel adalah 100%, karena dalam penelitian ini penulis tidak membandingkan pilihan atas beberapa produk, namun penulis membandingkan pilihan atas atribut yang langsung dinilai.

#### 1.5. Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi berfungsi untuk menentukan ketepatan prediksi antara hasil estimasi dan hasil aktual. Berikut hasil perhitungan koefisian Korelasi.

Berdasarkan table 7 berikut, diketahui pengukuran korelasi secara pearson's maupun kendall menunjukkan nilai signifikan  $< 0,05$  hal ini berarti adanya hubungan yang kuat antara hasil estimasi dan data aktual kuesioner bahwa preferensi konsument atas Freight Forwarding Liability Insurance ditentukan oleh atribut-atribut yang dianggap penting oleh penulis.

**Tabel 5.** Nilai Korelasi

Correlations <sup>a</sup>		
	Value	Sig.
Pearson's R	1.000	.000
Kendall's tau	1.000	.000

Correlations between observed and estimated preferences

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisa data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Price, Process* dan *Product* dan merupakan tiga hal penting bagi perusahaan logistik anggota ALFI dalam menentukan keputusan atas pembelian *Freight Forwarding Liability Insurance*.
2. Freight Forwarding Liability Insurance dapat meningkatkan Harga jual Jasa perusahaan Freight Forwarding, Harga yang kompetitif, Pembayaran Klaim yang cepat dan mudah serta produk yang dapat dipercaya merupakan empat hal penting dalam perancangan jaminan Produk *Freight Forwarding Liability Insurance* bagi perusahaan logistic anggota ALFI.

Saran:

1. ALFI sebaiknya menawarkan *Freight Forwarding Liability Insurance* yang memiliki harga yang kompetitif, proses klaim yang mudah serta Jaminan yang luas.
2. Sebaiknya seluruh anggota ALFI memiliki *Freight Forwarding Liability Insurance*.
3. Saat melakukan kuesioner ditemukan banyak anggota ALFI yang belum mengenal dan memahami *Freight Forwarding Liability Insurance*. Untuk merealisasikan saran nomor 2 disarankan ALFI melakukan sosialisasi dengan cara membuat edaran atau modul atau buku pedoman dan pelatihan atas *Freight Forwarding Liability Insurance*. Dalam hal ini penulis siap membantu ALFI.

## **5. REFERENSI**

- Amstrong, P. K. (2012). Principles of Marketing. Principles of Marketing, ed. 16. Pearson.
- Arikunto, S. (2011). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 ed.7. Semarang: Universitas Dipenogor.
- Kardes, F. (2002). Consumer Behaviour and Managerial Decision Making, ed.2. New Delhi, India: Prentice Hall of India.
- Marwan, A. (1993). Marketing. Yogyakarta, Indonesia: BPFE Universitas Gajah Mada.
- McAuliffe, T. (2011). Freight Forwarding Liability Insurance. UK: The Chartered Insurance Institute.
- Sedarmayanti, d. S. (2011). Metodologi Penelitian. Bandung: CV Mandar Maju.
- Sekaran, U. d. (2010). Research Methode for Business.
- Sugiyono. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitati Kualitati dan R&D. 2014. Bandung: Alfabeta.