

**PENGARUH WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
WEBSITE KFC INDONESIA
THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY ON USER SATISFACTION OF KFC
INDONESIA WEBSITE**

Faurizal Arif Nugroho, Maya Ariyanti

Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Universitas Telkom

faurizalarif@gmail.com, mayaarivanti@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat pada era digital ini dapat memudahkan seseorang untuk melakukan sesuatu secara instan. Hal ini menyebabkan perkembangan jumlah pengguna internet terutama penggunaan sebuah situs website. Hal ini juga berdampak pada beberapa restoran cepat saji yang menggunakan website sebagai salah satu alat untuk melakukan pemesanan secara online.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden terhadap beberapa dimensi website quality, yaitu *usability*, *information quality*, *interaction service* dan besar pengaruh website quality terhadap kepuasan pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan berdasarkan tujuan penelitian maka penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan tipe penyelidikan kausal, dengan jumlah sampel 385 orang.

Hasil pada penelitian ini bahwa ketiga aspek dari website quality yaitu *usability*, *information quality* dan *interaction service* mendapatkan hasil baik dimata responden. Dimensi kepuasan pengguna secara keseluruhan berada di kategori yang cukup baik

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan. Pada pengujian hipotesis secara parsial dimana $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh setiap dimensi dari website quality terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia, yaitu *usability* dengan besarnya pengaruh 12,4%, *information quality* dengan 19,6%, dan *interaction service* sebesar 16%. Pada pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang berarti website quality secara simultan memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia.

Kata Kunci : Website Quality, Kepuasan Pengguna, KFC Indonesia

ABSTRACT

The rapid development of technology in today's digital era can help everyone to do something in an instant way. This triggers to the development of the number of internet users especially the users of website. It also affects several fast food restaurants to use website as one of the tools to place order online.

The purpose of this study is to determine the responses of respondents to several dimensions of website quality, those are *usability*, *information quality*, *interaction service* and the influence of website quality to the user satisfaction. The research method used is quantitative research and based on the research objectives, this research uses descriptive analysis with the type of causal investigation, and the sample size is 385 people.

The research found that three aspects of website quality: usability, information quality and interaction service got good result in respondents' perspectives. The overall dimensions of user satisfaction are in fairly good categories

In this study, the hypothesis testing was performed partially and simultaneously. In partial test of hypothesis in which $T_{count} \geq T_{table}$, had influenced every dimension of website quality to user satisfaction of KFC Indonesia website; usability with the influence of 12,4%, 19,6% of information quality, and 16% of interaction service. In testing the hypothesis simultaneously, it was known that $F_{count} > F_{table}$ which meant the website quality simultaneously had positive influences on user satisfaction of KFC Indonesia website users.

Keywords: Website Quality, User Satisfaction, KFC Indonesia

1. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi yang ada pada saat ini memudahkan setiap individu untuk mengakses apapun dimanapun dan kapanpun. Pada tahun 2014 pengguna internet di Indonesia mencapai 82 juta orang, hal tersebut dihimpun berdasarkan data yang dimiliki oleh kominfo.go.id. pencapaian tersebut menjadikan Indonesia sebagai pengguna internet nomor 8 di dunia (Kominfo, 2014)^[3]. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat mengingat semakin mudah dan murah biaya untuk akses internet, pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia meningkat pesat yaitu menjadi 93 juta pengguna.

Dibalik pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat, indonesia juga mengalami perubahan pertumbuhan jumlah restoran cepat saji yang cukup pesat. Co-founder Qraved.com, Steven Kim, mengatakan bahwa 5 tahun terakhir pertumbuhan restoran cepat saji kelas menengah keatas mencapai 250 persen. Pesatnya perkembangan restoran cepat saji ini menjadi fenomena sosial di Indonesia, dikarenakan adanya media sosial seperti twitte, facebook dan path. (sutriyanto, 2014)^[6] Pertumbuhan restoran yang dimaksud termasuk juga restoran fastfood yang ada di Indonesia.

No	Restoran Cepat Saji	Website
1	KFC Indonesia	Kfcku.com
2	McD Indonesia	Mcdelivery.co.id
3	BurgerKing Indonesia	Bkdelivery.co.id
4	Hoka Hoka Bento	Hokben.co.id
5	Pizza Hut Indonesia	Pizzahut.co.id

Tabel 1.1

Tabel Website Restoran Cepat Saji Indonesia

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh W & S hingga tahun 2015, KFC Indonesia telah memiliki 540 gerai, sedangkan MCD hanya memiliki 168 gerai hingga febuari 2016. Lembaga Survey W & S juga menyebutkan bahwa saat responden diberi pertanyaan tentang restoran cepat saji, sebanyak 55% menjawab KFC, sedangkan 27% responden menjawab Mcd, ini dapat menunjukkan bahwa KFC menjadi *Top of Mind* brand restoran cepat saji di Indonesia. (tirto.com).^[8]

Dalam 6 bulan terakhir di tahun 2016, *traffic* website KFC Indonesia mengalami penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan, hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2

Tabel Traffic Website KFC Indonesia dan McD

Bulan (2016)	Traffic Website	
	KFC	McD
July	410.000	470.000
Agustus	240.000	420.000
September	300.000	340.000
November	200.000	340.000
Desember	194.500	361.700

(sumber: *similarweb.com*)

Selain penurunan jumlah *traffic*, KFC Indonesia juga mendapatkan beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen melalui jejaring sosial Twitter tentang website KFC. Penjelasan diatas membuktikan bahwa KFC, yang memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia yang juga sebagai *Top of Mind* brand restoran cepat saji di Indonesia, belum bisa memberikan dampak yang cukup besar dalam hal *traffic* pengunjung pada websitenya. McD terbukti mampu mendapatkan ranking lebih tinggi dalam hal *traffic* pengunjung website daripada KFC, dan dapat menarik lebih banyak orang untuk mengunjungi website mereka.^[4]

Berdasarkan data-data yang telah penulis jabarkan dalam latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengetahui kualitas website milik KFC dan pengaruhnya pada kepuasan pengguna. Untuk itu penulis melakukan penelitian yang berjudul : **PENGARUH WEBSITE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE KFC INDONESIA.**

Pertanyaan Penelitian:

1. Bagaimana kualitas website KFC Indonesia?
2. Bagaimana kepuasan pengguna website KFC Indonesia?
3. Apakah *usability* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia?
4. Apakah *Information Quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia?
5. Apakah *Interaction Service* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia?
6. Apakah dimensi WebQual berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas website KFC Indonesia
2. Untuk mengetahui kepuasan pengguna website KFC Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *usability* secara parsial pada website KFC Indonesia terhadap kepuasan pengguna
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *information quality* secara parsial pada website KFC Indonesia terhadap kepuasan pengguna

5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *interaction service* secara parsial pada website KFC Indonesia terhadap kepuasan pengguna
6. Untuk mengetahui pengaruh dimensi webqual secara simultan pada website KFC Indonesia terhadap kepuasan pelanggan

2. Tinjauan Teoritis

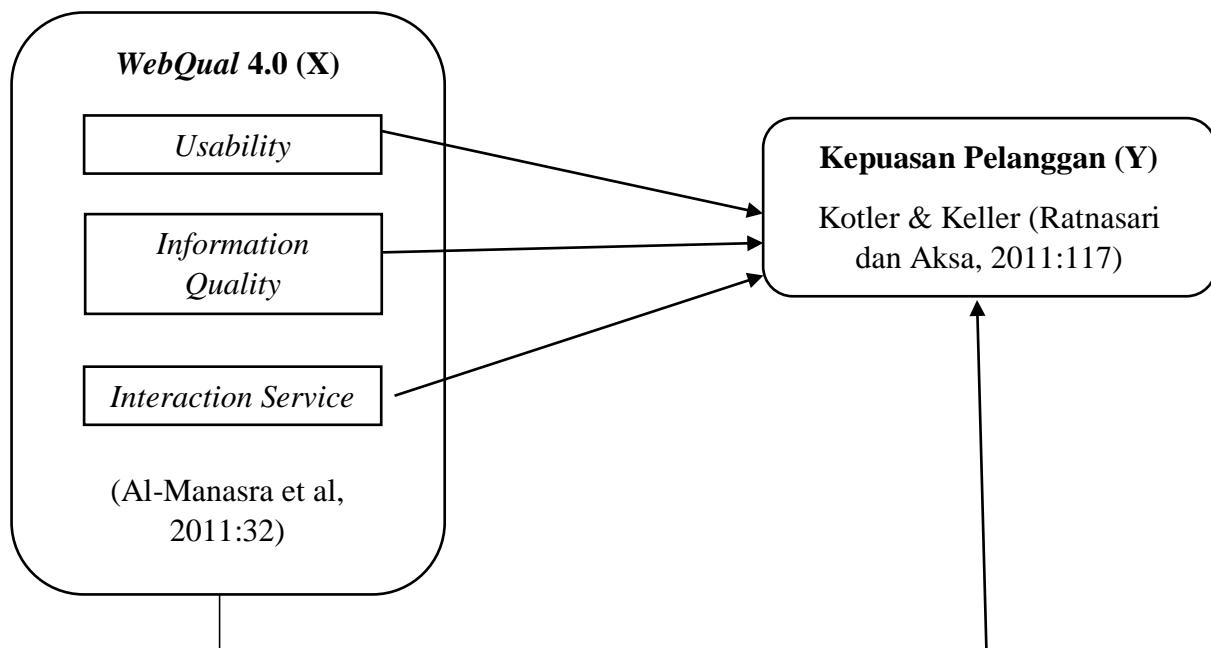
2.1 Website Quality

Barnes dan Vidgen dalam Al-Manasra dkk [1] menjelaskan bahwa ada 3 faktor utama dalam *WebQual* 4.0 ini, yaitu :

- a. *Usability* : *Usability* dapat diukur melalui 5 indikator yaitu, kemampuan untuk dipelajari, efisiensi, *memorability*, errors, serta kepuasan.
- b. *Information*: diketahui sebagai kemampuan sebuah website atau sistem untuk memberikan informasi yang diinginkan oleh pelanggan. Informasi dari pengguna merupakan salah satu mekanisme evaluasi yang digunakan untuk mengukur sebuah *information quality*. Dalam mengukur sebuah *Information Quality* dibutuhkan beberapa indikator, yaitu ketepatan dalam memberikan informasi, kejelasan, kelengkapan informasi, kemudahan dalam penggunaan informasi, kualitas navigasi website.
- c. *Interaction Service* : *interaction service* adalah sebuah dimensi yang secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain *interaction service* dapat diukur melalui beberapa faktor, diantaranya adalah kehandalan dalam kemudah penggunaan website serta keamanan data pengguna.

2.2 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler dan Keller (Ratnasari dan Aksa, 2011:117)^[7], kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan seorang pelanggan dimana pelanggan tersebut telah menggunakan produk atau jasa dan sesuai dengan ekspektasi mereka



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan atau keseluruhan jumlah yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, yang lalu ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2015:80).^[5] Populasi yang peneliti gunakan adalah seluruh pengguna *website* KFC Indonesia yang pernah melakukan transaksi secara online pada website KFC Indonesia.

Pada penelitian ini responden yang akan digunakan adalah pengguna website KFC Indonesia, dikarenakan jumlah yang tidak diketahui dengan pasti berapa jumlah pengguna website KFC, maka rumus yang digunakan menurut Dermawan (2013:157)^[2] adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \frac{\alpha}{2} pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

p = estimasi proporsi berhasil

$z^2 \alpha/2$ = taraf kesalahan

q = 1-p

e = maksimum error

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2} \\ &= 384,16 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 384,16 yang jika dibulatkan menjadi 385 responden.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Deskriptif

Secara keseluruhan aspek *Usability* pada website KFC Indonesia mendapatkan persentase 72,24%, maka aspek *usability* sudah dalam keadaan yang baik menurut responden. Secara keseluruhan penilaian responden tentang *information Quality* yang disediakan oleh website KFC Indonesia mendapatkan persentase 71,49%, maka website KFC Indonesia sudah dapat menyediakan informasi yang mudah dimengerti, relevan, tepat waktu, serta dapat dipercaya. Secara keseluruhan aspek *interaction service* website KFC Indonesia mendapatkan persentase 74%, %, maka aspek *service interaction* website KFC Indonesia sudah dalam kategori yang baik.

Secara keseluruhan variabel X atau website quality memiliki persentase sebesar 72,57% dengan persentase *Usability* yang paling tinggi serta *Information Quality* berada di persentase paling rendah, Berdasarkan pada garis kontinum, dengan persentase 72,57% maka para pengguna website KFC Indonesia setuju bahwa website quality website KFC Indonesia sudah baik. Secara keseluruhan variabel Y atau kepuasan pengguna mendapatkan persentase 67,7%, dimana hal tersebut berada dalam kategori cukup baik. Yang dimana menurut responden, mereka merasa cukup puas.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas Data

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas data menunjukkan data yang telah diolah terdistribusi secara normal sehingga lolos pada uji normalitas data.

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Pada pengujian ini bahwa nilai *tolerance* berada di angka lebih besar dari 0,1 dan hasil VIF berada di angka <10, maka dapat disimpulkan bahwa data diatas tidak terjadi multikolinearitas.

3.2.3 Uji Heteroskedastitas

Indikasi terjadinya heteroskedastitas dapat dilihat dari terbentuknya pola titik titik pada scatter plot. Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa titik titik tersebut tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.

3.3 Analisis Linier Berganda

Berdasarkan hasil pada perhitungan yang dilakukan melalui aplikasi SPSS didapat data sebagai berikut:

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1,810	,555		3,263	,001		
	X1	,124	,033	,220	3,695	,000	,306	3,273
	X2	,196	,034	,342	5,827	,000	,316	3,166
	X3	,160	,034	,267	4,719	,000	,339	2,950

a. Dependent Variable: Y

Tabel 1. Hasil Uji Linier Berganda

Sumber : Data yang telah diolah

Dari hasil pada tabel 1 yang diolah dengan SPSS 22 maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 1,810 + 0,124X_1 + 0,196X_2 + 0,160X_3.$$

Maka hasil tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut Konstanta : 1,810. nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh yang positif dari variabel independen. *Usability* (X1) : 0,124, merupakan nilai koefisien regresi variabel *usability* (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y). Dimana saat variabel *Usability* mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami kenaikan sebesar 0,124 atau 12,4%. *Information Quality* : 0,196 merupakan nilai koefisien regresi variabel *Information Quality* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y). Dimana saat variabel *Usability* mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami kenaikan sebesar 0,196 atau 19,6%. *Service Interraction* : 0,160, merupakan nilai koefisien regresi variabel *Service Interraction* (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y). Dimana saat variabel *Usability* mengalami kenaikan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami kenaikan sebesar 0,160 atau 16%.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,810	,555		3,263	,001		
	X1	,124	,033	,220	3,695	,000	,306	3,273
	X2	,196	,034	,342	5,827	,000	,316	3,166
	X3	,160	,034	,267	4,719	,000	,339	2,950

a. Dependent Variable: Y

Tabel 2. Hasil Uji-T

Berdasarkan data pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa ketiga variabel, yaitu *Usability*, *Information Quality* serta *Service Interaction* sama sama memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna.

3.4.2 Uji Signifikan Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,810	,555		3,263	,001		
	X1	,124	,033	,220	3,695	,000	,306	3,273
	X2	,196	,034	,342	5,827	,000	,316	3,166
	X3	,160	,034	,267	4,719	,000	,339	2,950

a. Dependent Variable: Y

Tabel 3. Hasil Uji-F

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa $F_{hitung} = 179,981$ sehingga dapat memenuhi kriteria bahwa F_{hitung} sebesar $179,981 > F_{tabel} (2,62)$ dan nilai sig. $0.000 < 0,05$. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa *website quality* secara simultan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia.

3.4.3 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,766 ^a	,586	,583	1,86858	1,643

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Jika melihat dari data yang disajikan pada tabel 4.9 maka dapat diketahui jika R^2 adalah 0,583. Jika melihat pada perhitungan diatas, maka koefisiensi determinasi atau R^2 adalah 58,3%. Berdasarkan hasil tersebut maka *website*

quality KFC Indonesia secara simultan memberikan pengaruh sebesar 58,3% terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan sisa 41,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar *website quality* yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4 Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada pengolahan data yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang didapat untuk menjawab pertanyaan penelitian, berikut adalah rangkuman kesimpulan pada penelitian ini :

- a. Tanggapan responden terhadap kualitas website KFC Indonesia menunjukkan hasil yang baik, dimana 72,57% pengguna website KFC Indonesia setuju bahwa kualitas website KFC Indonesia sudah baik, akan tetapi variabel *information quality* memiliki persentase paling rendah diantara ketiga variabel website quality.
- b. Pada variabel kepuasan pengguna, website KFC Indonesia mendapatkan persentase sebesar 67,7%, dimana berada dalam kategori yang cukup baik, responden pun merasa cukup puas dalam menggunakan website KFC Indonesia, pertanyaan dengan respon terburuk adalah pertanyaan tentang apakah responden akan sering menggunakan website KFC Indonesia saat akan melakukan pemesanan secara online, sedangkan yang terbaik berada pada pertanyaan apakah responden puas dengan produk yang ditawarkan oleh website KFC Indonesia.
- c. Berdasarkan hasil hitung, variabel *usability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dari hasil perhitungan pada tabel 4.7 dimana nilai signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05.
- d. Hasil perhitungan pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel *information quality* memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi berada di angka 0,000.
- e. Berdasarkan hasil perhitungan di tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel *service interaction* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna website KFC Indonesia, dengan nilai signifikansi 0,000.
- f. Pada penelitian ini, yang dilakukan terhadap 385 responden, yang merupakan pengguna website KFC Indonesia didapat hasil persentase 58,3%, yang berarti kualitas website KFC Indonesia memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan sisa 41,7% merupakan hal yang dipengaruhi oleh faktor lain.

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, serta perhitungan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, banyak aspek yang harus segera dibenahi oleh website KFC Indonesia, terutama di variabel *information quality*. Penambahan informasi yang lebih lengkap seperti daya jangkau *delivery* yang dapat ditempuh, sehingga pengguna yang melakukan pemesanan secara online mendapatkan pesanannya *fresh* dan siap untuk disantap. Peremajaan armada *delivery* juga perlu dilakukan, sehingga apa yang dipesan oleh konsumen dapat cepat dan efisien.

Daftar Pustaka :

- [1] Al-Manasra, E.A., dkk. (2013). *Investigating the Impact of Website Quality on Consumers' Satisfaction in Jordanian Telecommunication Sector*. Arab Economic and Business Journal Volume 8, Issues 1–2, December 2013, Pages 31-37.
- [2] Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [3] Kominfo. (2015, 8 Mei). *Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. Tersedia: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker
- [4] SimilarWeb. (2016, 16 Desember). *kfcku.com vs mcdonalds.co.id*. Tersedia: <https://www.similarweb.com/website/kfcku.com?competitors=mcdonalds.co.id>.
- [5] Sujarweni, V.,W. (2015). *Metodologi Method for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Sutriyanto, Eko. (2014, 2 April). *Dalam 5 Tahun Jumlah Restoran Kelas Menengah Tumbuh 250 persen*. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>
- [7] Ratnasari, R.,T., & Aksa, M., H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- [8] Wibisono, Nuran. (2017, 17 Januari). *Persaingan KFC vs McDonald's di Indonesia*. Tersedia: <https://tirto.id/persaingan-kfc-vs-mcdonald039s-di-indonesia-chbu>.
- [1] Kominfo. (2015, 8 Mei). *Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. Tersedia: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker
- [2] Sutriyanto, Eko. (2014, 2 April). *Dalam 5 Tahun Jumlah Restoran Kelas Menengah Tumbuh 250 persen*. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen>
- [3] Wibisono, Nuran. (2017, 17 Januari). *Persaingan KFC vs McDonald's di Indonesia*. Tersedia: <https://tirto.id/persaingan-kfc-vs-mcdonald039s-di-indonesia-chbu>.
- [4] SimilarWeb. (2016, 16 Desember). *kfcku.com vs mcdonalds.co.id*. Tersedia: <https://www.similarweb.com/website/kfcku.com?competitors=mcdonalds.co.id>.
- [5] Al-Manasra, E.A., dkk. (2013). *Investigating the Impact of Website Quality on Consumers' Satisfaction in Jordanian Telecommunication Sector*. Arab Economic and Business Journal Volume 8, Issues 1–2, December 2013, Pages 31-37.
- [6] Ratnasari, R.,T., & Aksa, M., H. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- [7] Sujarweni, V.,W. (2015). *Metodologi Method for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.