

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA COBEK BATU ELLA DI DESA WAJAK KIDUL KECAMATAN BOYOLANGU TULUNGAGUNG

Linda Puji Lestari¹, Syafrudin Arif Marah Manunggal²

¹ Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

² Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Email: lindapujilestari1999@gmail.com, syammam.nb@gmail.com

Abstract.

This study aims to identify the effect of product quality and selling price on consumer buying interest in the Cobek Batu Ella business in Wajak Kidul Village, Boyolangu District, Tulungagung. The method used in this research is a quantitative method. 80 respondents were selected as the research sample, namely women and at least 2 purchases. The Likert scale is used as a theory in the data collection method. Based on the results of the study, it appears that there is a positive influence on product quality but not significantly on consumer buying interest in the Stone Cobek business in Wajak Kidul Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency. Meanwhile, the selling price has a positive and significant effect on consumer buying interest in the Cobek Batu business in Wajak Kidul Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency. Product quality and selling price have a positive and significant effect on consumer buying interest in the Stone Cobek business in Wajak Kidul Village, Boyolangu District, Tulungagung Regency.

Keywords: Kualitas Produk, Harga Jual, Minat Beli

PENDAHULUAN

Perkembangan industri yang sangat pesat memiliki pengaruh positif bagi kesejahteraan rakyat, mengembangkan usaha industri kecil secara baik dan efisien merupakan tujuan akhir bagi kesejahteraan rakyat melalui usaha peningkatan pendapatan. Industri yang berkembang di daerah pedesaan pada umumnya industri kecil dan industri rumah tangga. Industri yang berkembang di pedesaan memberi peluang untuk bekerja di usaha tani, baik sebagai usaha pokok maupun usaha sampingan dalam memanfaatkan waktu luang setelah bekerja di sektor lainnya seperti perdagangan maupun jasa.

Semakin pesat pertumbuhan industri akan terciptanya peluang usaha yang besar. Adanya peluang usaha diharapkan membantu naiknya tingkat ekonomi masyarakat sekitar sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Salah satunya usaha industri Cobek Batu Ella di Desa Wajak Kidul Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Kerajinan pembuatan cobek ini merupakan harta karun berupa kekayaan seni yang dimiliki oleh wilayah Tulungagung, khususnya Desa Wajak Kidul. Sebagian besar pembuatan cobek sendiri masih menggunakan peralatan tradisional, yang membuat seni pembuatan cobek semakin indah. Tetapi banyak juga ditemui pengrajin lainnya yang beralih menggunakan mesin modern sebagai alat pembuatan cobek batu, meskipun sudah beralih menggunakan mesin modern tidak sedikitpun merubah sentuhan unik dalam pembuatan cobek.

Sebuah kerajinan yang memiliki nilai-nilai seni ini merupakan bentuk dari kekayaan tersendiri bagi Desa Wajak Kidul untuk mempertahankan dari gelombang kehidupan. Banyak daerah Tulungagung yang berkembang perekonomiannya lewat sektor industri dan pariwisata. Termasuk Desa Wajak Kidul yang sudah lama mulai menjalani industri kerajinan batu cobek.

Industri batu cobek ini diperkirakan berdiri pada tahun 1990 dan mulai berkembang pesat lima tahun kemudian. Tak hanya sektor industri yang berkembang di Kota Tulungagung, namun sektor pertanian dan perkebunan khususnya padi dan buah-buahan.

Di mana konsep industri kreatif cobek sendiri merupakan aktivitas berbasis kreativitas yang berpengaruh terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, maka industri-industri kecil seperti kerajinan tangan yang ada di Kota Tulungagung merupakan salah satunya. Seperti misalnya pada sektor industri kerajinan tangan yang tersebar di berbagai penjuru di Kota Tulungagung. Adapun kerajinan yang terdapat di Kota Tulungagung adalah kerajinan gerabah, kerajinan sangkar burung, kerajinan marmer dan batu onyx, kerajinan ijuk dari atau dari kulit kelapa, kerajinan batik dan masih banyak lagi. Kerajinan–kerajinan ini mempunyai peranan tersendiri di dalam pengembangan perekonomian daerah.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan metode penelitiannya, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan dedukti-deduktif. Pendekatan kuantitatif ini berasal dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun penelitian berdasarkan pemahaman pengalaman, yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah permasalahan beserta cara pemecahannya yang diajukan guna memperoleh sebuah pembenaran dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan. Selain dari penjelasan diatas, penelitian ini menggunakan kuantitatif yaitu untuk memperoleh hubungan yang signifikan diantara variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk menguji serta menilai keabsahaan kuesioner maka menggunakan uji validitas. Suatu pertanyaan atau pernyataan dapat dikatakan valid dan absah apabila dapat mengungkapkan apa yang telah diukur kuesioner tersebut. Pada penelitian ini, metode korelasi (*Person correlation*) pada SPSS digunakan sebagai alat ujinya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

<i>Nama Item</i>	<i>Keterangan</i>	<i>r-hitung</i>	<i>r-tabel</i>
Item X1.1	Valid	0,584	0,216
Item X1.2	Valid	0,728	0,216
Item X1.3	Valid	0,603	0,216
Item X1.4	Valid	0,788	0,216
Item X1.5	Valid	0,666	0,216
Item X1.6	Valid	0,722	0,216
Item X1.7	Valid	0,671	0,216
Item X1.8	Valid	0,734	0,216
Item X1.9	Valid	0,742	0,216
Item X1.10	Valid	0,671	0,216
Item X2.1	Valid	0,789	0,216
Item X2.2	Valid	0,819	0,216
Item X2.3	Valid	0,788	0,216
Item X2.4	Valid	0,842	0,216
Item X2.5	Valid	0,692	0,216
Item Y1	Valid	0,700	0,216
Item Y2	Valid	0,725	0,216
Item Y3	Valid	0,759	0,216
Item Y4	Valid	0,827	0,216
Item Y5	Valid	0,715	0,216

Terdapat 85 responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Analisis korelasi dilakukan oleh jumlah skor pertanyaan dengan jumlah skor total, dengan ketentuan apabila nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ yang diketahui 0,216, dan dimana $\text{sig.} < 0,05$. Maka item tersebut dinyatakan valid, seperti halnya yang telah dipaparkan pada tabel 1.

Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, *Cronbach Alpha* diaplikasikan pada jumlah uji sampel kuesioner sebanyak 85 responden. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6.

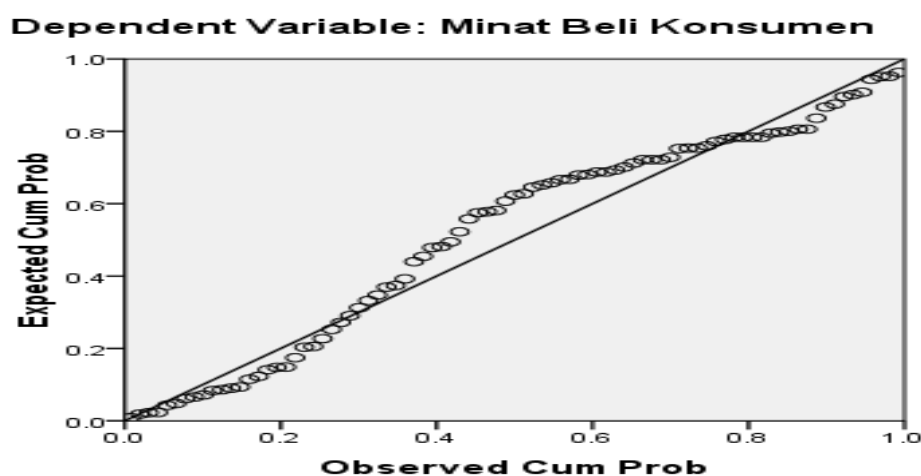
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0,874	0,6	Reliable
Harga Jual	0,846	0,6	Reliable
Minat Beli Konsumen	0,796	0,6	Reliable

Hal diatas menunjukkan bahwa masing-masing data telah reliabel dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual apakah memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pada penelitian ini menggunakan grafik normal probability p-plot dan *Kolmogorof-Smirnov* (1-Sampel K-S)



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 menunjukkan adanya titik-titik yang searah dengan mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitarnya. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalisasi.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71156329
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.074
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.212
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106

Pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan hasil nilai Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,106 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian seluruh data penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila nilai toleransi lebih dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

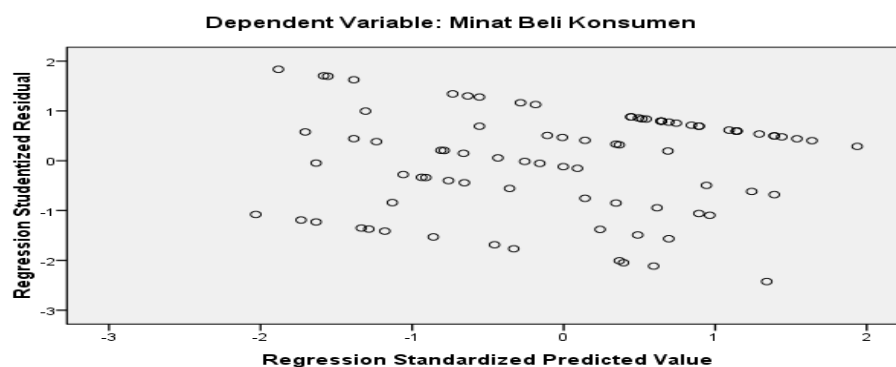
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.613	2.667		5.104	.000		
Kualitas Produk	.034	.024	.153	1.445	.152	.932	1.072
Harga Jual	.292	.103	.301	2.839	.006	.932	1.072

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan nilai tolerance 0,932 yang berarti lebih besar dari 0,100 dengan nilai VIF 1,072 > 10,00. Dengan demikian tidak ditemukan multikolinieritas pada data tersebut.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Baiknya suatu uji heterokedastisitas apabila titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas.

Scatterplot



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar diatas menyatakan bahwa tidak ditemukannya heterokedastisitas dalam penelitian ini, karena titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.613	2.667		5.104	.000
Kualitas Produk	.034	.024	.153	1.445	.152
Harga Jual	.292	.103	.301	2.839	.006

Berdasarkan tabel hasil uji diatas menunjukkan hasil nilai a sebesar 13,613 yang merupakan konstanta atau keadaan saat variabel minat beli konsumen belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel kualitas produk dan harga jual. Jika variabel independen tidak ada maka variabel minat beli konsumen tidak mengalami perubahan. Nilai b1 (nilai koefisien X1) sebesar 0,034 maka berarti X1 berpengaruh positif terhadap Y dan setiap kenaikan 1 satuan variabel sebesar 0,034 dan b1 (nilai koefisien X2) sebesar 0,103 maka berarti X2 berpengaruh positif terhadap Y dan setiap kenaikan 1 satuan variabel sebesar 0,103. Keduanya dengan asumsi bawa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Dengan ketentuan apabila nilai Sig. < 0,05 maka hipotesis diterima, dan apabila Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.613	2.667		5.104	.000
Kualitas Produk	.034	.024	.153	1.445	.152
Harga Jual	.292	.103	.301	2.839	.006

Berdasarkan hasil uji parsial diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengujian hipotesis variabel kualitas produk
Pada variabel ini memiliki nilai B sebesar 0,153 serta nilai Sig. 0,152 > 0,05 dan nilai T-hitung 1,1445 < 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli konsumen
- Pengujian hipotesis variabel harga jual
Pada variabel ini memiliki nilai B sebesar 0,301 serta nilai Sig. 0,006 < 0,05 dan nilai T-hitung 2,839 < 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga jual berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) atas variabel terikat (Y) secara simultan.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	39.526	2	19.763	6.586	.002 ^a
Residual	246.074	82	3.001		
Total	285.600	84			

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai hasil uji F hitung sebesar 6,586 yang berarti lebih besar dari F tabel dengan nilai 3,11 serta nilai Sig. Kurang dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga jual secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen

Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.372 ^a	.138	.117	1.73231

Dari hasil perhitungan diatas dapat diartikan bahwa kemampuan variabel kualitas produk dan harga jual dalam mempengaruhi variabel minat beli konsumen adalah sebesar 11%. Sedangkan 89% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Cobek Batu Ela. Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk memiliki nilai B sebesar positif 0,153 serta nilai Sig. Sebesar 0,152 > 0,05 dan nilai T hitung 1,1445 > 1,989. Dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela. Dalam hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela artinya hipotesis (H1) ditolak. Dalam analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif kepada beberapa para konsumen saja, tetapi tidak signifikan karena tidak mempengaruhi sebagian besar pembelinya. Karena banyaknya pesaing dan produk dengan kualitas berbeda pada Desa Wajak kidul yang jumlah pengrajin cobek batunya tidak sedikit. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nikita Karundeng, dkk yang diketahui hasil uji korelasi adalah 0,060 yang berarti hubungan antara variabel kualitas produk (X) terhadap minat beli (Y) sangat rendah bahkan hampir tidak ada. Namun hasil penelitian ini tidak cocok dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzan (2019) yang menghasilkan nilai sig. 0,043 < 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,339 yang berarti kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y).

Harga Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Cobek Batu Ela. Dalam penelitian ini, variabel harga jual memiliki nilai B sebesar 0,301 serta nilai Sig. Sebesar 0,006 < 0,05 dan nilai T hitung 2,839 > 1,989. Dalam pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga jual berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela. Dalam hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela yang artinya hipotesis

(H2) diterima. Dalam analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel harga beli berpengaruh secara positif kepada para konsumen secara signifikan karena mampu mempengaruhi sebagian besar pembelinya. Harga jual cobek batu ela yang sesuai dan dapat dipertimbangkan berhasil memikat daya tarik konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bella Hartati (2021) yang menunjukkan nilai *P-Values* pada variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti h_0 ditolak dan h_a diterima. Dengan demikian harga berpengaruh terhadap minat beli. Dan tidak ada kecocokan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Nur Azizah (2021) (yang diketahui nilai *P-Values* sebesar $0,125 > 0,05$, maka h_0 diterima dan h_a ditolak. Yang berarti harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Produk dan Harga Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Cobek Batu Ela. Dalam penelitian ini, hasil dari pengujian hipotesis secara simultan memperoleh nilai F hitung $6,586 > 3,11$ yang merupakan F tabel. Dan nilai Sig. $0,002 < 0,05$. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga jual secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela. Dalam hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga jual secara simultan berpengaruh secara positif terhadap minat beli konsumen Cobek Batu Ela yang artinya hipotesis (H3) diterima. Dalam analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga jual sudah sesuai dan *worth to buy* bagi siapa saja dan oleh kalangan manapun yang membutuhkan cobek batu. Hal diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlina Milansari, dkk (2021) yang menunjukkan hasil nilai dari F hitung sebesar $22,860 > F$ tabel sebesar $3,11$. Dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas yaitu variabel harga jual (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Y). Dan hasil penelitian ini tidak cocok dengan hasil penelitian Bella Hartati (2021) yang menghasilkan nilai *P-Values* sebesar $0,123 > 0,05$. Maka h_0 diterima h_a ditolak, yang berarti kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu usaha batu cobek Ela yang terletak di desa Wajakkidul untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap minat beli konsumen cobek batu Ela. Dari hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat beli konsumen cobek batu Ela, dengan uji hipotesis yang memperoleh nilai B sebesar $0,153$, nilai sig sebesar $0,152 > 0,05$ dan nilai T hitung $1,144 < 1,989$

Variabel harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen cobek batu Ela, dengan uji hipotesis yang memperoleh nilai B sebesar $0,301$, nilai sig sebesar $0,006 > 0,05$ dan nilai T hitung $2,839 > 1,989$

Variabel kualitas produk dan harga jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen cobek batu Ela, dengan uji hipotesis yang memperoleh nilai F hitung $6,586 > 3,11$ dan nilai sig sebesar $0,002 < 0,05$.

SARAN

Untuk perusahaan agar kedepannya harus tetap mempertahankan kualitas produk dan terus berinovasi agar semakin banyak yang mengenal cobek batu ela meskipun berada di antara banyaknya pengrajin serupa di desa Wajakkidul

Perusahaan harus sering senantiasa menyesuaikan harga yang sesuai, terjangkau dan dapat dipertimbangkan oleh berbagai kalangan. Menjaga kualitas dan harga secara beriringan dalam keadaan apapun, dengan tujuan menjaga kepercayaan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan bahan acuan atau motivasi bagi para pemilik usaha diluar sana

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, Burhan. 2004. *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Permada Media.
- [2] Hartanti, Bella. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Kosmetik Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia*, Jambi, Universitas Jambi, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Menkeu)*, 10(1).
- [3] Hasan, Ali., 2008. *Manajemen Pemesaran dan Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- [4] Hasan, Alwi. 2003. *Kamus Besaar Bahasa Indonesia, ed. III*. Jakarta: Balai Pustaka.
- [5] Karundeng, Nikita., Kalangi Johny, A.F, Walangitan, Olivia., *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat*. Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2)
- [6] Milansari, H., Silmi, M.A., Vhegi, S., Supriadi, Imam. 2021. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Sweetin*. Surabaya. STIE Mahardhika Surabaya. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Kebijakan Publik*, 4(1)
- [7] Milles, B. Matthew, Hubberman dan A. Michael. 2016. *Qulaitative Data Analysis, A Sourcebook of New Methods*, California, Sage Publication Inc.
- [8] Nulufi K. dan Murwatiningsih. 2015. *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*, Semarang, Universitas Negeri Semarang, *Management Analysis Journal*, 4(2).
- [9] Nurahmi, Handayani. 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendiidkan Ekonomi*. Pekanbaru: Suska Press.
- [10] Philipp, Kotler Keller dan Kevin L.2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [11] Rizky M.F dan Yasin H. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim.*, Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (02).
- [12] Schiffman L., dan Kanuk L.L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- [13] Sofian, Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- [14] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.