

## ANALISIS MODEL BISNIS BERBASIS EKOSISTEM APLIKASI GO-JEK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Muhammad Adey Romadhoni <sup>1</sup> dan M Ruslianor Maika <sup>2</sup>

<sup>1)2)</sup>Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No.666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo,  
Jawa Timur 61215

Email: daniadex7@gmail.com, mr.maika@umsida.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to find out how important the service ecosystem in the Go-Jek application. While the methodology used in this research is qualitative with a phenomenological approach. Data collection process was hindered by the presence of Covid-19 which had plagued Indonesia since March 2020, which affected the data collection techniques that researchers used, and the types of data researchers obtained. Respondents was 40 active students of the Muhammadiyah University of Sidoarjo. The research conducted by the author regarding the users experience, as many as 16 informants said that they had experienced poor service from Gojek driver partners. Meanwhile, 24 informants said they had never experienced poor service, meaning that the majority of the informants received good service from Gojek driver partners. Most of the respondents feel very helpful with every service in the Go-Jek application, so that the level of satisfaction with the services from Go-Jek is very high.*

**Keyword:** Go-Jek, Customer Satisfaction, Loyalty

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui betapa pentingnya ekosistem jasa dalam aplikasi Go-Jek. Sedangkan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Proses pengumpulan data terkendala dengan keberadaan Covid-19 yang sudah melanda Indonesia sejak Maret 2020, yang mempengaruhi teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dan jenis data yang diperoleh peneliti. Responden adalah 40 mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengalaman pengguna, sebanyak 16 informan menyatakan pernah mengalami pelayanan yang kurang baik dari mitra pengemudi Gojek. Sedangkan 24 informan menyatakan tidak pernah mengalami pelayanan yang buruk, artinya mayoritas informan mendapatkan pelayanan yang baik dari mitra pengemudi Gojek. Sebagian besar responden*

*merasa sangat terbantu dengan setiap layanan yang ada di aplikasi Go-Jek, sehingga tingkat kepuasan terhadap layanan dari Go-Jek sangat tinggi.*

**Kata Kunci:** *Go-Jek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas*

## 1. PENDAHULUAN

Pada penelitian ini penulis akan mengangkat isu model bisnis berbasis ekosistem pada aplikasi Go-Jek dalam upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hadirnya transportasi online di Indonesia pertama kali pada tahun 2012, melalui aplikasi karya anak bangsa yaitu Go-Jek yang didirikan oleh Nadiem Makarim. Go-Jek telah memiliki 19 (sembilan belas) jenis layanan pada aplikasinya diantaranya adalah Go-Ride, Go-Car, Go-Bills, Go-Food, Gomart, Golife, Goclean, Gobox, Gomassage, Gomed, gopoint, gotix, gopay, goauto, gobills, goplay, gosend, paylater, dan gofood festival (gojek.com, 2019). Transportasi online sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Salah satu *super app* asal Indonesia yang bergerak pada bidang transportasi online adalah Go-Jek.

Selain aplikasi Go-Jek di Indonesia juga terdapat penyedia jasa layanan transportasi online lainnya, yaitu Grab. Layanan dari Grab sebanyak 12 (dua belas) jenis layanan(Grab.com, 2019) meliputi, transportasi online,

pengantaran makanan, pembayaran, pengiriman, pembelian tiket, belanja grosir, pulsa, pembayaran tagihan, video, hotel, dan paket berlangganan. Banyaknya jenis layanan yang disediakan oleh pihak Grab membuat persaingan antara dua pihak penyedia jasa layanan transportasi online tersebut menguasai sebagian pasar di Indonesia.

Hasil survey yang dilakukan oleh Alvara *Research Center* pada tahun 2019 menyebutkan bahwa dari 1.204 informan sebanyak 96,4% menggunakan jasa transportasi online, baik Gojek maupun Grab(Alvara Strategic, 2019). Dalam *survey* tersebut disebutkan bahwa sebanyak 70,4 % informan adalah pengguna aplikasi Gojek dan jumlah informan yang menggunakan aplikasi Grab adalah 45,7%. Pada hasil *survey* Alvara *Research Center* juga disebutkan pengguna aplikasi transportasi online tersebut juga menggunakan jasa pengantaran makanan yang disediakan oleh pihak Gojek dan Grab. Sebanyak 70,7% informan menggunakan jasa pengantaran makanan Gofood yang disediakan oleh Gojek, dan 39,9 %

informan menggunakan jasa Grab Food untuk pengantaran makanan.

Dalam survei yang dilakukan oleh *dailysocial.id* pada tahun 2017 terhadap 1027 informan, menghasilkan bahwa sebanyak 66,24% informan menggunakan jasa layanan transportasi online yang disediakan Grab, yaitu layanan Grab Bike dan Grab Car. Selain itu, layanan lain yang dimiliki Grab yaitu Grab Food dalam survei tersebut digunakan oleh sebanyak 25,21% oleh para informan. Dalam hal pengiriman barang sebanyak 30,50% informan menggunakan jasa layanan pengiriman barang dan dokumen milik Grab yaitu Grab Express (Daily Social Indonesia, 2017).

Dari pemaparan di atas menunjukkan bahwa layanan yang dimiliki oleh Gojek memiliki jumlah pengguna yang lebih banyak dibandingkan layanan sejenis dari perusahaan lain. Dalam hal transportasi online Gojek lebih banyak digunakan oleh masyarakat dibandingkan transportasi online pesaing. Dalam survey di atas jenis layanan lain yang terdapat dalam aplikasi Gojek juga menunjukkan bahwa pengguna layanan dalam aplikasi Gojek lebih banyak dari layanan sejenis lainnya.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Model Bisnis Berbasis Ekosistem Aplikasi Go-Jek Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”

## 2. METODE

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologis bertujuan untuk mengembangkan deskripsi dan pemahaman yang lengkap, akurat, jelas, dan jelas tentang pengalaman manusia atau momen pengalaman tertentu (Kahija, 2017). Pendekatan fenomenologis memberikan deskripsi yang kaya dan lengkap tentang pengalaman dan makna manusia. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena peneliti ingin mencari pengalaman pengguna secara mendalam dalam menggunakan aplikasi Gojek.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara non-probability sampling, dengan menggunakan teknik self-selection sampling sebanyak 40 narasumber. Sumber data yang peneliti

gunakan yaitu data primer, yang didapatkan dari hasil wawancara dengan informan(Sugiyono, 2015). Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung kepada pengumpul data tanpa melalui sumber lain.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung pada obyek yang dituju yakni mahasiswa UMSIDA. Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti memperoleh data yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara tidak terstruktur.

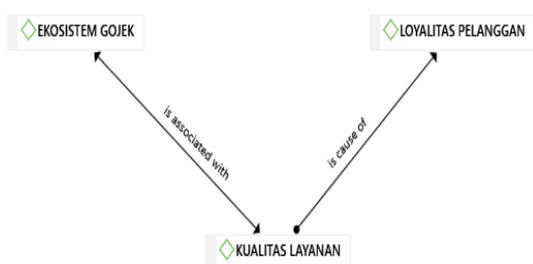
Namun tidak dipungkiri terjadi kendala yang cukup berpengaruh terhadap hasil penelitian pada saat pengumpulan data, yaitu munculnya wabah *Covid-19* di Indonesia yang pertama kali dikonfirmasi sejak tanggal 2 Maret 2020 sehingga menghambat peneliti dalam melakukan proses pengumpulan data. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang sebagian telah dilakukan secara langsung menjadi wawancara online melalui telepon dan *voice note*.

Data informasi berupa audio dan gambar yang telah peneliti dapatkan

dari wawancara tersebut kemudian peneliti akan mengelolah data dengan mengubah data yang berupa audio menjadi sebuah transkrip yang siap dianalisis. Transkrip yang dianalisis akan disajikan dalam tampilan yang memudahkan peneliti dalam melakukan analisis. Penyajian transkrip diawali dengan informasi tentang nama responden atau narasumber, tanggal wawancara dan durasi wawancara. Dari data yang penulis peroleh dari wawancara tersebut, penulis akan mengklasifikasikan berdasarkan kesesuaiannya. Data yang penulis peroleh dalam bentuk audio, teks dan gambar kemudian akan dianalisis dengan menggunakan *software* aplikasi ATLAS.ti. *Software* tersebut termasuk CAQDAS (*Computer Aided Qualitative Data Analysis Software*).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data wawancara yang akan diolah menggunakan Atlas.ti, penulis membuat tiga kategori yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian ini. Berikut ini adalah kategori yang penulis buat dalam Atlas.ti



Gambar 1 Network Kategori  
Sumber : (Atlas.ti, 2020)

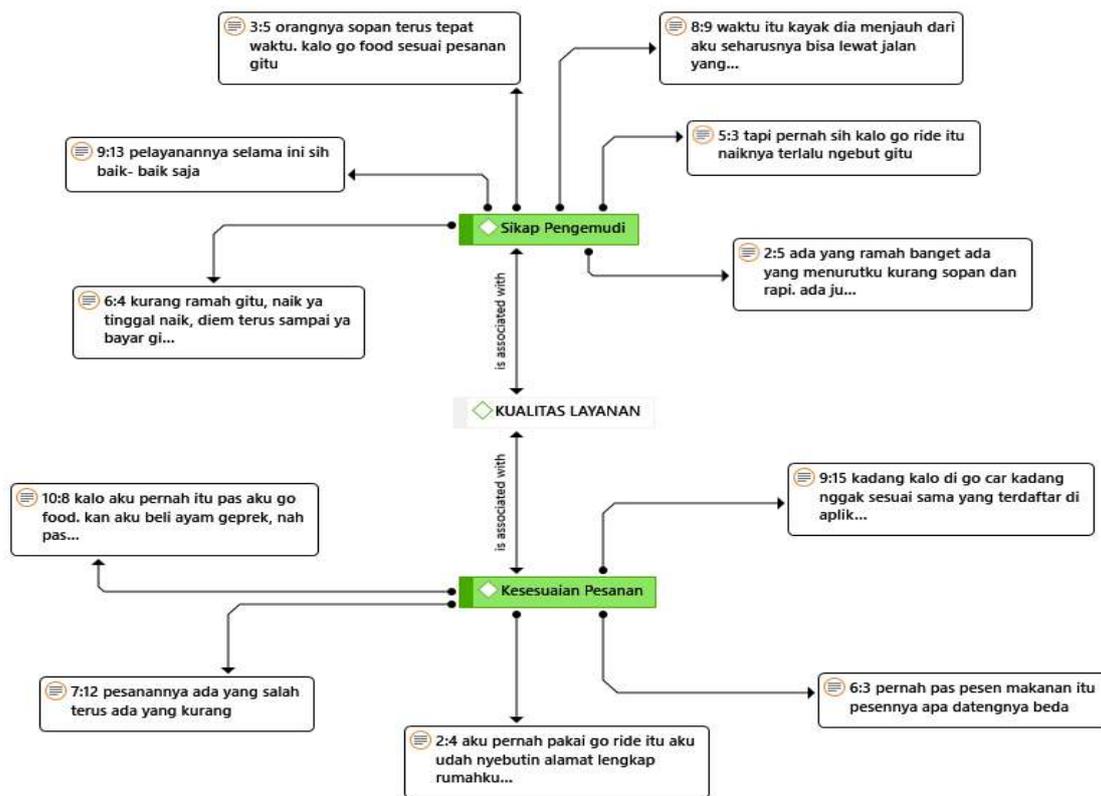
Tiga kategori yang penulis buat berdasarkan dari informasi yang terdapat dalam wawancara dengan informan. Kategori pertama yaitu ekosistem gojek, yaitu penulis menggali informasi berdasarkan pengalaman dari informan layanan apa saja yang digunakan. Kategori kedua adalah kualitas layanan, yaitu pengalaman selama menggunakan aplikasi gojek dari informan, pengalaman pelayanan dari pengemudi dan kesesuaian pesanan dari aplikasi.

Tiga kategori yang penulis buat berdasarkan dari informasi yang terdapat dalam wawancara dengan informan. Kategori pertama yaitu ekosistem gojek, yaitu penulis menggali informasi berdasarkan pengalaman dari informan layanan apa saja yang digunakan. Kategori kedua adalah kualitas layanan, yaitu pengalaman selama menggunakan aplikasi gojek

dari informan, pengalaman pelayanan dari pengemudi dan kesesuaian pesanan dari aplikasi.

Kategori ketiga yaitu loyalitas pelanggan, penulis akan menggali informasi kepada informan mengenai alasan menggunakan aplikasi gojek saja dan alasan menggunakan aplikasi selain gojek. Dalam proses wawancara yang telah penulis lakukan sebagian dari informan juga menggunakan aplikasi selain gojek, maka dari itu penulis membuat kategori loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan mengenai pengalaman pengguna aplikasi gojek bahwa sebanyak 16 responden menyatakan mendapatkan pelayanan yang kurang baik dari mitra pengemudi, artinya sebanyak 40% informan mendapatkan pelayanan yang tidak maksimal dari mitra pengemudi gojek. Sedangkan sebanyak 24 informan saat dilakukan wawancara menyatakan mendapatkan pelayanan yang memuaskan artinya sebesar 60% informan belum pernah mengalami pelayanan yang kurang baik, mayoritas dari informan mendapatkan pelayanan yang baik dari para mitra pengemudi gojek.



Gambar 2 Network kategori kualitas layanan (Sumber: Atlas.ti)

Tabel 1. Pengalaman informan

Pengalaman Memuaskan dari Informan		Pengalaman Kurang Memuaskan dari Informan	
1	Mitra pengemudi gojek bersikap sopan	1	Kurangnya komunikasi mitra pengemudi dengan konsumen
2	Cepat saat mendapatkan driver	2	Mitra pengemudi kurang memperhatikan keselamatan
3	Mitra menjalankan pesanan sesuai dengan pesanan	3	Driver tidak menguasai daerah perumahan
4	Kedatangan mitra pengemudi gojek sesuai dengan estimasi	4	Data kendaraan berbeda dengan di aplikasi
5	Mendapatkan driver yang ramah	5	Pemesanan makanan ada yang tidak lengkap

Informan yang mengalami pelayanan kurang baik dari mitra pengemudi gojek dapat terjadi seperti berikut:

a. Konsumen pernah mengalami salah pemesanan makanan di aplikasi gojek.

b. Konsumen merasa mitra pengemudi cuek dan kurang ramah, sehingga konsumen kurang nyaman.

c. Kendaraan mitra pengemudi gojek tidak sesuai dengan data yang terdapat pada aplikasi gojek.

- d. Mitra pengemudi kurang menjaga kebersihan badan sehingga konsumen merasa kurang nyaman saat di perjalanan.
- e. Kondisi motor yang kurang layak juga membuat konsumen tidak merasa aman dan nyaman.

Beberapa hal tersebut membuat konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh para mitra pengemudi. Meskipun mayoritas informan tidak mengalami pelayanan yang kurang baik, hal tersebut juga dapat disimpulkan bahwa standar operasional prosedur dari penyedia jasa layanan gojek tidak diterapkan oleh semua mitra pengemudi.

Dalam hasil pengolahan data dalam aplikasi Atlas.ti terdapat kategori pertama yaitu kualitas layanan. Kategori tersebut terdapat dua kode yang saling berhubungan dengan kualitas layanan, kode pertama yaitu sikap dari mitra pengemudi gojek. Pada kode pertama pengolahan data dari hasil wawancara dengan informan yang menyatakan pengalaman selama menggunakan layanan dari gojek. Penulis dapat menyatakan bahwa pengalaman yang didapatkan oleh konsumen dapat berupa pengalaman yang memuaskan dan

pengalaman kurang memuaskan dengan pelayanan dari mitra gojek.

Pengalaman yang memuaskan dari informan setelah menggunakan layanan gojek yaitu, para mitra pengemudi gojek bersikap sopan dengan konsumen. Informan mengatakan bahwa sapaan dari para mitra gojek dapat membuat konsumen merasa senang, saat diperjalanan informan juga menceritakan bahwa driver dari gojek sering mengajak berbincang-bincang.

Selain itu pengalaman yang menyenangkan lainnya yang didapatkan oleh informan adalah cepat saat mendapatkan driver. Ketika konsumen melakukan pemesanan terhadap layanan gojek, kedatangan mitra pengemudi gojek sesuai dengan estimasi yang terdapat dalam aplikasi gojek. Hal tersebut membuat konsumen merasa puas, karena cepat menemukan mitra pengemudi dan penjemputan yang sesuai estimasi waktu.

Para mitra pengemudi gojek menjalankan pesanan sesuai dengan permintaan konsumen, sebagian informan mengatakan bahwa ketika melakukan pemesanan di aplikasi gojek driver menjalankan pesanan sesuai

dengan yang terdapat pada aplikasi gojek.

Selain pengalaman yang memuaskan, informan juga merasakan hal lain yaitu pengalaman yang kurang memuaskan selama menggunakan layanan gojek. Pengalaman yang kurang memuaskan diantaranya adalah kurangnya komunikasi mitra pengemudi dengan konsumen, saat melakukan pemesanan di aplikasi gojek, driver tidak melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen saat menu makanan yang dipesan oleh konsumen tidak ada atau habis. Setelah itu makanan yang datang tidak sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. Hal tersebut membuat konsumen merasa kecewa dengan pelayanan dari mitra pengemudi gojek.

Pengalaman lain yang kurang memuaskan adalah mitra pengemudi kurang memperhatikan keselamatan saat mengemudi, seperti mengemudi dengan kecepatan tinggi. Sehingga konsumen merasa kurang aman saat menggunakan layanan dari gojek. Informan juga mengalami penjemputan yang lama karena driver tidak menguasai daerah perumahan informan.

Kode kedua adalah kesuaian pemesanan, dalam hal ini pengolahan

data menggunakan aplikasi Atlas.ti akan muncul dari data wawancara mengenai pengalaman informan saat melakukan pemesanan pada aplikasi gojek apakah sudah sesuai atau belum.

Pengalaman informan selama melakukan pemesanan pada aplikasi gojek ada yang sesuai dengan yang dipesan dan ada juga yang mengalami pesanan yang salah dan kurang menyenangkan. Penulis akan membahas mengenai pengalaman informan saat melakukan pesanan yang tidak sesuai atau pengalaman kurang menyenangkan saat melakukan pemesanan.

Dari hasil wawancara penulis dapat menyampaikan beberapa pengalaman pemesana dari informan sebagai berikut. Mitra pengemudi gojek menghantarkan pesanan dua kali dengan rentan waktu hampir sama. Sehingga konsumen harus membayar dua kali untuk satu kali pemesanan yang dilakukan. Hal tersebut membuat konsumen merasa kecewa dengan sistem yang ada pada aplikasi gojek.

Konsumen merasa bingung jika kendaraan yang dibawa oleh mitra pengemudi berbeda dengan data pada aplikasi gojek. Saat melakukan pemesanan dalam aplikasi gojek data kendaraan yang dibawa oleh mitra

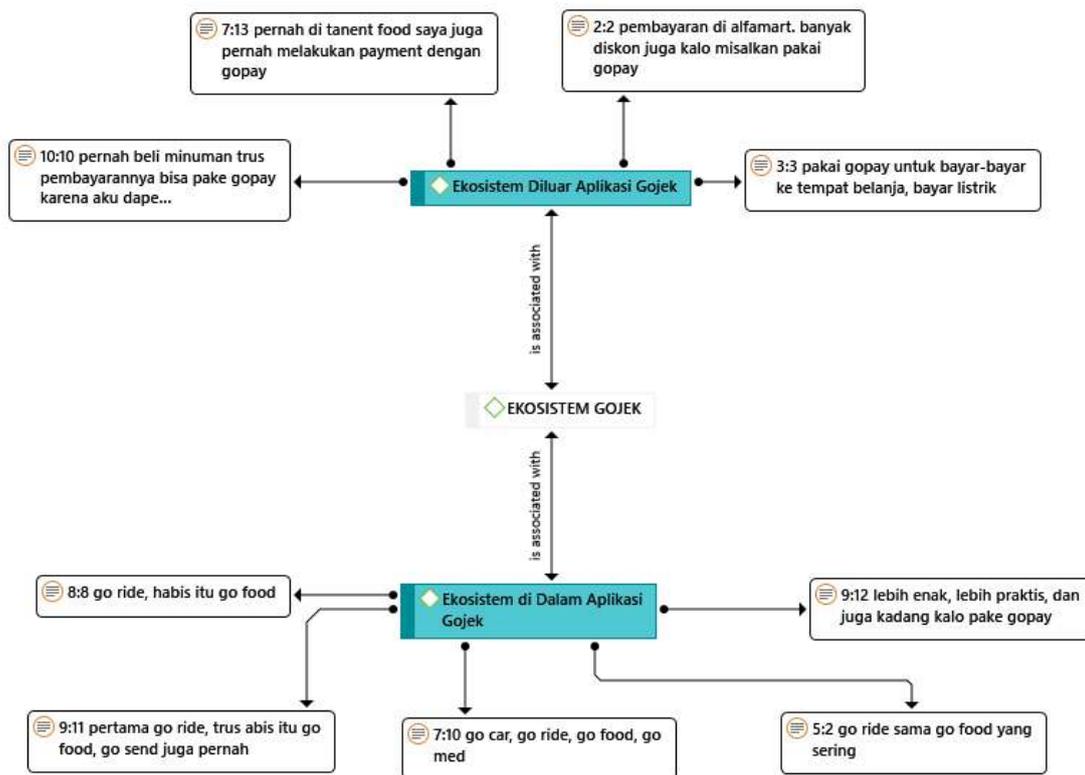
pengemudi berbeda dengan data pada aplikasi sehingga informan sulit menemukan driver yang akan menjemput.

Pemesanan makanan ada yang tidak lengkap, hal tersebut membuat konsumen merasa dirugikan dengan kurangnya ketelitian dari mitra gojek, baik mitra pengemudi dan mitra restoran. Makanan yang datang tidak sesuai dengan jumlah yang dipesan, sehingga konsumen merasa dirugikan dengan kejadian tersebut.

Nota pemesanan yang diberikan oleh pengemudi berbeda dengan total pembelanjaan dari aplikasi. Informan merasa bahwa pesanan dalam nota terlalu banyak dan harus membayar

lebih untuk pesanan tersebut. Dari kejadian tersebut informan mengungkapkan rasa kecewa dengan pelayanan dan sikap dari mitra pengemudi gojek.

Dari penjelasan di atas setelah dilakukan pengolahan data menggunakan aplikasi Atlas.ti menunjukkan bahwa masih banyak mitra dari gojek yang tidak melakukan tata tertib yang telah ditetapkan oleh manajemen gojek. Hal tersebut tentu membuat konsumen merasa kurang nyaman saat melakukan pemesanan.



Gambar 3 Kategori ekosistem layanan  
(Sumber: Atlas.ti)

Gambar 3 merupakan hasil dari pengolahan data pada *software* Atlas.ti yang menunjukkan ekosistem layanan gojek. Penulis membuat kategori ekosistem layanan dengan dua kode yang memiliki kaitan dengan kategori tersebut. Kode pertama yaitu ekosistem layanan yang ada di dalam aplikasi gojek, dalam kode ini menggali jenis layanan yang digunakan oleh informan selama memakai aplikasi gojek.

Kode kedua yaitu ekosistem layanan diluar aplikasi gojek, penulis mencoba mennggali pada informan dengan layanan dan kerjasama dengan

berbagai pihak yang dilakukan oleh manajemen gojek berpengaruh atau tidak dengan penggunaan aplikasi dan layanan yang tersedia.

Dari data yang diperoleh saat wawancara penulis dapat membuat faktor-faktor yang menjadikan layanan pesan antar makanan gofood menjadi layanan paling banyak digunakan oleh konsumen. Berikut ini adalah faktor yang membuat gofood banyak digunakan.

- a. Konsumen malas untuk keluar rumah membeli makanan, itu merupakan mayoritas alasan

- informan yang penulis wawancara untuk menggunakan layanan gofood.
- b. Adanya diskon dari gofood, alasan adanya potongan harga juga membuat konsumen menjadi tertarik untuk menggunakan layanan gofood.
  - c. Restoran yang tersedia dalam layanan gofood lebih banyak dari aplikasi pesaing.
  - d. Pelayanan yang baik dari para mitra pengemudi dan mitra gofood yaitu dari restorannya.
  - e. Lebih simpel dan praktis pesan makanan melalui layanan gofood, karena konsumen hanya perlu memesan menggunakan aplikasi dan menunggu pesanan diantar ke alamat tujuan.
  - f. Saat melakukan pemesanan dengan jumlah yang banyak maka pembayaran dengan gopay juga mendapat potongan yang besar, itu merupakan salah satu alasan konsumen menggunakan layanan gofood.

Pengguna layanan terbanyak selanjutnya adalah goride, dari hasil pengolahan data pada aplikasi *Atlas.ti* beberapa faktor yang membuat

informan menggunakan layanan goride adalah sebagai berikut.

- a. Efisien, salah satu alasan informan menggunakan layanan goride adalah karena efisien saat melakukan pemesanan transportasi melalui aplikasi gojek.
- b. Murah, dibandingkan dengan angkutan transportasi lainnya harga yang terdapat pada aplikasi gojek lebih murah sehingga konsumen tertarik menggunakan goride untuk mobilitas.
- c. *Driver* lebih banyak, informan menyebutkan bahwa ketika melakukan pemesanan dengan aplikasi gojek lebih cepat mendapatkan *driver* dibandingkan saat menggunakan aplikasi grab.
- d. Pelayanan yang baik, alasan tersebut dikatakan oleh informan saat menggunakan layanan goride mitra pengemudi sangat ramah dan sopan dengan konsumen.
- e. Potongan harga, dengan adanya promo dan diskon dari gojek membuat konsumen tertarik menggunakan layanan goride karena mendapatkan potongan harga dapat membantu konsumen.

Kode kedua dalam pengolahan data *Atlas.ti* adalah ekosistem diluar

aplikasi gojek, dalam kode ini penulis menggali pengalaman informan selama menggunakan aplikasi gojek dengan layanan atau kerjasama dengan pihak lain diluar aplikasi gojek. Dalam hal ini dalam bentuk penggunaan ekosistem layanan gopay, karena penggunaan dompet digital gopay tidak terbatas dalam aplikasi gojek saja. Gopay dapat digunakan dengan mitra yang bekerjasama dengan gojek, seperti minimarket, marketplace, dan mitra usaha dari gofood yang menyediakan pembayaran lewat gopay.

Hasil dari wawancara yang penulis lakukan menunjukkan bahwa mayoritas informan pernah menggunakan metode pembayaran rumusan masalah penelitian ini, dan sesuai dengan tujuan awal penelitian.

Bahwa sebanyak 75% informan pada penelitian ini merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh mitra gojek. Meskipun pernah mengalami kejadian yang tidak sesuai dengan standar operasional prosedur dari gojek, mayoritas informan masih merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Layanan dengan jumlah pengguna terbanyak adalah gofood dengan jumlah informan yang

gopay dalam aplikasi gojek. Sebanyak 60% informan pernah menggunakan pembayaran gopay saat melakukan pemesanan pada aplikasi gojek.

Sedangkan sebagian lainnya yaitu 40% informan belum pernah menggunakan metode pembayaran gopay saat melakukan pemesanan pada aplikasi gojek. Dari jumlah mayoritas informan yang pernah menggunakan pembayaran gopay, tidak semua selalu menggunakan pembayaran gopay secara rutin.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat dinyatakan menjadi beberapa kesimpulan inti yang dapat menjawab menggunakan sebanyak 36 orang. Layanan kedua yang memiliki pengguna terbanyak adalah goride, informan yang menggunakan layanan tersebut sebanyak 32 informan. Tingkat loyalitas pelanggan pada mahasiswa di MSIDA cukup tinggi dengan jumlah 52% informan setia menggunakan aplikasi gojek.

## DAFTAR PUSTAKA

Alvara Strategic. (2019). *Laporan Perilaku dan Preferensi Konsumen Millennial Indonesia terhadap Aplikasi E-Commerce 2019*.

- Atlas.ti. (2020). ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH.
- Daily Social Indonesia. (2017). *Report On-Demand Services in Indonesia*.
- gojek.com. (2019). Layanan Gojek. Retrieved October 22, 2019, from <https://www.gojek.com/>
- Grab.com. (2019). Grab, Decacorn Pertama di Asia Tenggara – Grab your Everyday Super App| Grab. Retrieved October 9, 2019, from <https://www.grab.com/id/>
- Kahija, Y. La. (2017). *Penelitian Fenomenologi Jalan Memahami Pengalaman Hidup*. (G. Sudibyo, Ed.) (3rd ed.). Daerah Istimewa Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.