

Analisis Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor

SALSABILA KAUTSAR, I G.A.A. LIES ANGGRENI*,
NI WAYAN PUTU ARTINI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar, 80232
Email: kautsar.salsabila@gmail.com
*liesanggreni2@gmail.com

Abstract

Analysis Customer Satisfaction in Buying Ornamental Plants at Ornamental Plant Business Center in Bogor City

Nowadays, needs are not only limited to primary needs (clothing, food, and shelter) but also secondary needs, such as entertainment. Everyone's entertainment needs are different, one of which is by buying ornamental plants. Buying, caring for and cultivating ornamental plants can make someone feel happy. This study aims to determine the characteristics of consumers, the level of customer satisfaction as well as the level of performance and importance of the ornamental plant business centers in the city of Bogor, one of which is the ornamental plant business center on Jl. Dadali. The data used are primary data by distributing questionnaires to 50 respondents who are consumers of ornamental plant business centers. The data taken are qualitative and quantitative using primary and secondary data. The analysis used is descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Important Performance Analysis (IPA). The results of this study indicate that the level of consumer satisfaction in purchasing ornamental plants at the ornamental plant business center on Jl. Dadali is in the satisfied category with a percentage of 64.69%. And based on the performance and importance gumesius diagram, quadrant I needs to be improved again, namely marketing communication, comfort of the place as well as cleanliness and tidiness of the place.

Keywords: *customer satisfaction, important performance anlysis, ornamental plants, ornamental plant business center*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Membeli, merawat dan membudidayakan tanaman hias dapat menimbulkan perasaan bahagia pada seseorang. Tanaman hias memiliki nilai estetika yang tinggi sehingga diminati oleh banyak kalangan. Menanam ataupun memelihara tanaman hias saat ini telah menjadi salah satu kegiatan yang mulai banyak diminati melihat

satu tahun terakhir kegiatan masyarakat lebih banyak dilakukan dirumah dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sehingga kegiatan tersebut juga dapat menjadi salah satu penghilang rasa jenuh dikala terjadinya pemberlakuan kegiatan dirumah. Dilihat dari hal tersebut juga menyebabkan meningkatnya minat pembeli tanaman hias yang sangat tinggi. Selain meningkatnya konsumen, tentu adanya pedagang-pedagang baru yang memanfaatkan fenomena ini sehingga munculnya persaingan antar pedagang tanaman hias.

Tanaman hias juga mempunyai nilai ekonomi yang cukup tinggi, sehingga agribisnis tanaman hias dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis yang banyak, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat (Kementrian Pertanian,2012). Menurut Badan Pusat Statistika Jawa Barat (2019) Kabupaten atau Kota sentra tanaman hias masih didominasi oleh daerah berhawa sejuk dan dingin salah satunya Bogor, hal ini sesuai dengan sifat tanaman hias yang membutuhkan iklim sejuk dan dingin untuk pertumbuhannya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar,2005). Menurut Kotler dan Keller (2012) perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Perbandingan tersebut dapat dilihat hasilnya apabila diketahui faktor-faktor atau variabel-variabel yang berpengaruh pada hal tersebut.

Salah satu sentra usaha tanaman hias berada di Jl. Dadali, Tanah Sareal, Kec. Tanah Sareal, Kota Bogor. Kegiatan pembelian tanaman hias terjadi bukan hanya karena keinginan dari pembeli saja, tetapi ada juga faktor pendukung lainnya yang dapat mempengaruhi seperti bauran pemasaran yang memiliki peran dalam kepuasan konsumen yang dilihat dari 7P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dituliskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen tanaman hias pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor?
3. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dituliskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen tanaman hias pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor.
3. Untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja pada Sentra Usaha Tanaman Hias di Kota Bogor.

2. Metode Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Tanah Sareal, Kec. Tanah Sareal, Kota Bogor. Dari bulan Februari 2021 sampai dengan Maret 2021. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan beberapa pertimbangan tertentu.

2.2 Jenis Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2012) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan adalah jawaban dari pernyataan dari konsumen sentra usaha tanaman hias mengenai kepuasan, kinerja dan kepentingan dalam pembelian tanaman hias serta wawancara kepada para penjual mengenai transaksi jual-beli tanaman hias dan jenis-jenis tanaman hias yang dijual serta dilakukannya observasi lapang.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan berupa angket, wawancara dan observasi dimana hal tersebut termasuk dalam jenis data primer. Angket diberikan kepada sampel untuk mengetahui karakteristik konsumen, tingkat kepuasan konsumen serta tingkat kinerja dan kepentingan sentra usaha tanaman hias. Wawancara dilakukan kepada pedagang tanaman hias untuk mengetahui bagaimana transaksi jual-beli yang dilakukan serta jenis-jenis tanaman hias yang dijual dan observasi lapangan dilakukan untuk mengamati secara langsung keadaan yang terjadi di lokasi penelitian.

2.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen akhir yang membeli tanaman hias di sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kec. Tanah Sareal, Kota bogor dengan jumlah sampel

yang diambil oleh peneliti sebanyak 50 sampel karena jumlah konsumen yang datang ke lokasi penelitian tidak dapat angka yang signifikan. Adapun metode yang digunakan adalah *accidental* sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria sebagai sumber data selama penelitian berlangsung (Sugiyono, 2003).

2.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2010), *Customer Satisfaction Index* untuk mengetahui tingkat dan kategori nilai kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias pada sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor serta untuk menjawab tujuan kedua. Metode analisis data yang terakhir yaitu *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Konsumen

Berdasarkan data responden konsumen tanaman hias sentra usaha tanaman hias di Jl. Dadali, Tanah Sareal, Kota Bogor diatas, maka dapat di deskripsikan sebagai berikut :

1. Jenis kelamin

Karakteristik konsumen menunjukkan bahwa presentase terbesar terdapat pada responden perempuan sebanyak 76%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih tertarik dalam menanam dan merawat tanaman hias juga sebagai pemenuh kebutuhan sekunder dibandingkan laki-laki.

2. Usia

Salah satu syarat atau kriteria dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini adalah minimal usia 25 tahun dengan melihat bahwa pada usia tersebut sudah mampu memberikan jawaban pada pilihan yang disediakan sesuai dengan keinginan serta yang dilihat di lapangan dan sudah mampu untuk membeli tanaman hias. Menurut Departemen Kesehatan RI (2009), usia > 45 tahun termasuk kategori masa lansia awal, sehingga usia tersebut mendominasi dengan presentase sebesar 46% dilanjutkan dengan usia 36 – 45 tahun atau disebut dalam kategori masa dewasa akhir dengan presentase sebesar 32%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua kategori tersebut memiliki keinginan untuk membeli tanaman hias lebih besar dibandingkan kategori usia yang lain walaupun harga produk yang ditawarkan tinggi. Namun dilapangan untuk usia termuda yang membeli tanaman hias adalah 25 tahun, hal ini dilihat juga dari kemampuan membeli tanaman hias berdasarkan faktor harga produk yang dijual.

3. Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik pekerjaan konsumen tanaman hias mayoritas berprofesi pegawai swasta dengan presentase 34%, kemudian profesi lain yang tidak dapat sebutkan sebanyak 30%, wirausaha sebanyak 26% dan pegawai negeri sipil sebanyak 10%. Maka, dapat disimpulkan bahwa karyawan swasta menempati posisi konsumen terbanyak dari kalangan pekerja yang lain. Hal ini berhubungan dengan pendapatan yang dimiliki oleh para konsumen, dimana pada pegawai swasta masuk dalam kategori pendapatan tinggi dan juga kemampuan membeli tanaman hias.

4. Pendapatan

Pendapatan konsumen tanaman hias termasuk dalam kalangan pendapatan tinggi sampai sangat tinggi. Hal tersebut dikarenakan presentase terbesar didapat oleh konsumen dengan pendapatan sebesar > Rp5.000.000 sebanyak 48% dan diikuti dengan pendapatan sebesar Rp3.000.000 – Rp5.000.000 sebanyak 44%. Sesuai berdasarkan penggolongannya oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (2008) dimana golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan, golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara > Rp 2.500.000 s/d Rp 3.500.000 per bulan, Hal ini menunjukkan konsumen tanaman hias sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor termasuk dalam kategori golongan pendapatan sangat tinggi sehingga mampu dalam pembelian tanaman hias dilihat dari harga jual tanaman hias yang sangat tinggi.

5. Domisili

Data domisili dibagi menjadi dua yaitu wilayah Bogor dan Luar Bogor. Konsumen pada wilayah Bogor masih mendominasi dengan presentase 62% lebih banyak dibandingkan konsumen wilayah Luar Bogor dengan presentase 38%.

3.2 *Customer Satisfaction Index*

Tingkat kepuasan konsumen diperlukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* berdasarkan tingkat kinerja dan harapan. Berdasarkan variabel kepuasan konsumen yang dikembangkan oleh indikator serta parameter. Indikator yang digunakan berdasarkan 7P (*product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*) bauran pemasaran yang terjadi di sentra usaha tanamana hias yang dikembangkan menjadi 19 parameter dengan menggunakan skala Likert. Berikut hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* dari kuesioner yang disebarkan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Penilaian CSI Kinerja dan Kepentingan Sentra Usaha Tanaman Hias
Jl. Dadali, Kota Bogor

Indikator	Parameter	MES	WF	MSS	WS
<i>Product</i>	1. Jenis Tanaman Hias	4,50	5,45	3,36	18,30
	2. Warna Tanaman Hias	4,46	5,40	3,4	18,35
	3. Ukuran Tanaman Hias	4,48	5,42	3,38	18,32
	4. Ketersediaan Produk	4,40	5,32	3,36	17,89
	5. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	4,42	5,35	3,56	19,04
<i>Price</i>	6. Penetapan Harga	4,24	5,13	3,3	16,93
	7. Keterjangkauan Harga Produk	4,44	5,37	3,44	18,48
	8. Kemudahan Menjangkau Lokasi	4,22	5,11	3,36	17,16
<i>Place</i>	9. Lokasi yang Strategis	4,26	5,15	3,32	17,11
	10. Komunikasi Pemasaran	4,40	5,32	2,98	15,87
<i>Promotion</i>	11. Penjelasan Produk oleh Penjual	4,20	5,08	3,26	16,57
	12. Kehadiran Penjual	4,26	5,15	3,2	16,50
<i>People</i>	13. Keramahan dan Kesopanan Penjual	4,28	5,18	3,14	16,26
	14. Kecepatan Menyiapkan Pesanan	4,24	5,13	3,18	16,32
	15. Kesigapan Penjual	4,28	5,18	3,16	16,37
	16. Ketersediaan Pengantaran Produk	4,20	5,08	3,12	15,86
	17. Kenyamanan Tempat	4,58	5,54	2,94	16,29
	18. Kebersihan dan Kerapihan Tempat	4,60	5,57	2,74	15,25
	19. Ketersediaan Fasilitas Parkir	4,18	5,06	3,28	16,59
TOTAL		82,64	100,00	61,48	323,45
Rata-rata		4,35		3,24	
CSI (WT : 5) x 100 %					64,69%

Sumber : Data Primer (diolah) 2021

Keterangan :

MES : *Mean Expectation Score*

MSS : *Mean Satisfaction Score*

WF : *Weighted Factors*

WS : *Weighted Score*

Menentukan *Mean Expectation Score* (MES) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) diperoleh dari rata-rata skor tingkat ekspektasi atau kepentingan dan tingkat kinerja dari parameter atau atribut dalam kuesioner. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Tanah Sareal, Kota Bogor memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 64,69%. Nilai tersebut didapat dari WS atau *Weighted Score* dibagi dengan rentang nilai skala Likert, sehingga nilai indeks sentra usaha tanaman hias tersebut masuk dalam kriteria puas dikarenakan nilai indeks yang didapat masuk dalam rentang 60-80%.

Hal ini dilihat dari nilai kinerja dan kepentingan dari beberapa indikator atau atribut. Diperlukan peningkatan sebesar 35,31% untuk mencapai nilai indeks 100% agar masuk dalam kriteria sangat puas. Terdapat tiga hal yang memiliki nilai kinerja terendah, yaitu komunikasi pemasaran, kenyamanan tempat dan kebersihan dan kerapihan tempat. Tetapi, tiga hal tersebut juga memiliki nilai kepentingan yang tinggi dari para responden agar dapat diperhatikan serta ditingkatkan pelayanannya.

3.2 *Importance Performance Analysis*

Hasil perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor mencapai 64,69% sehingga masuk dalam kategori puas. Memiliki jarak atau kesenjangan sebesar 35,31% untuk mencapai nilai 100% sehingga dapat masuk dalam kategori sangat puas. Untuk mengetahui atribut atau parameter apa saja yang perlu ditingkatkan atau yang perlu dipertahankan, salah satunya dengan menggunakan diagram kartesius *Important Performance Analysis* (IPA). Diagram ini akan menunjukkan kinerja atribut atau parameter apa saja yang harus di tingkatkan berdasarkan posisi kuadran dari atribut tersebut. Titik atribut dalam kuadran diperoleh dari rata-rata kinerja dan rata-rata kepentingan atribut.

Hasil dari rata-rata kinerja dan kepentingan menjadi sumbu X dan sumbu Y pada diagram kartesius pada Gambar 1. Untuk mendapatkan nilai tengah pada sumbu X menggunakan nilai rata-rata seluruh kinerja (3,24) dan nilai tengah pada sumbu Y menggunakan nilai rata-rata kepentingan konsumen (4,35).

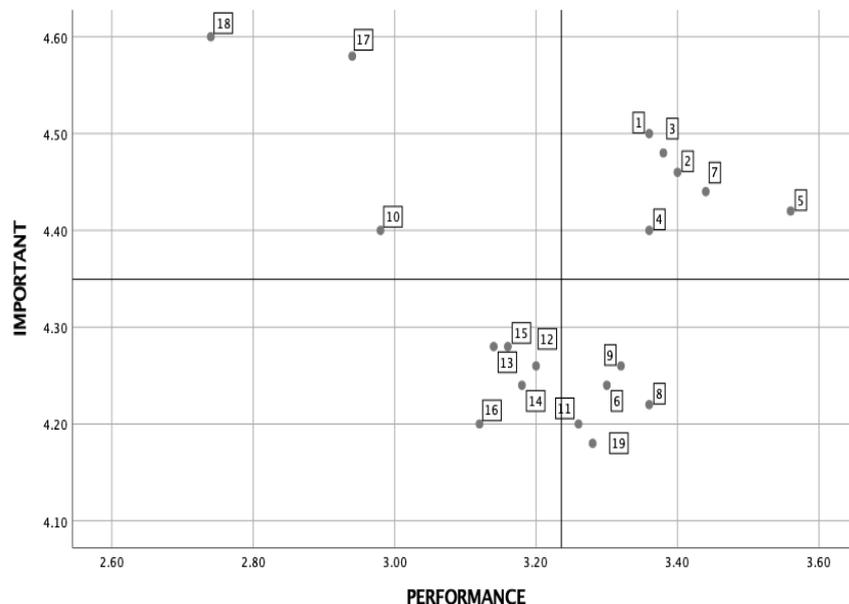
Kuadran I (Prioritas Utama) merupakan indikator yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting dibandingkan indikator lainnya untuk diberikan perhatian yang lebih, sehingga perlu adanya peningkatan kinerja atau pelayanan. Pada kuadran I terdapat beberapa indikator yang perlu diperbaiki yaitu komunikasi pemasaran, kenyamanan tempat serta kebersihan dan kerapihan tempat.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi) indikator yang terletak pada kuadran ini dapat dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang untuk kepuasan pelanggan, maka pada kuadran II perlu dipertahankan. Beberapa indikator yang terdapat pada kuadran II adalah produk tanaman hias, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan keterjangkauan harga produk.

Kuadran III (Prioritas Rendah) indikator yang berada pada kuadran ini mempunyai tingkat prioritas yang rendah daripada faktor lainnya tetapi juga penting

untuk ditingkatkan atau pertahankan, adapun beberapa indikator yang masuk dalam kuadran III yaitu peran penjual dan ketersediaan pengantaran produk.

Kuadran IV (Berlebihan) indikator yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting tetapi berlebihan dalam kinerjanya, sehingga lebih baik untuk beberapa indikator yang ada pada kuadran IV dapat difokuskan atau diprioritaskan pada indikator yang berada dalam kuadran I atau III.



Gambar 1.

Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA)

Keterangan :

Kuadran I (Prioritas Utama):

- 10) Komunikasi Pemasaran
- 17) Kenyamanan Tempat
- 18) Kebersihan dan Kerapihan Tempat

Kuadran II (Pertahankan Prestasi) :

- 1) Jenis Tanaman Hias
- 2) Warna Tanaman Hias
- 3) Ukuran Tanaman Hias
- 4) Ketersediaan Produk
- 5) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
- 7) Keterjangkauan Harga Produk

Kuadran III (Prioritas Rendah) :

- 12) Kehadiran Penjual
- 13) Keramahan dan Kesopanan Penjual
- 14) Kecepatan Menyiapkan Pesanan
- 15) Kesigapan Penjual
- 16) Ketersediaan Pengantaran Produk

Kuadran IV (Berlebihan) :

- 6) Penetapan Harga
- 8) Kemudahan Menjangkau Lokasi
- 9) Lokasi Strategis
- 11) Penjelasan Produk Oleh Penjual
- 19) Ketersediaan Fasilitas Parkir

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai kepuasan konsumen dalam pembelian tanaman hias pada sentra usaha tanaman hias di Kota Bogor, pada lokasi yang dipilih yaitu sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Tanah Sareal, Kota Bogor diketahui bahwa pada kriteria konsumen, perempuan mendominasi sebanyak 76% serta usia lansia yaitu dengan kategori > 45 tahun. Profesi atau pekerjaan yang memiliki presentase terbesar yaitu dari pegawai swasta dengan pendapatan > Rp 5.000.000. Dan konsumen sentra usaha tanaman hias masih mayoritas berdomisili dari wilayah Bogor. Kepuasan konsumen pada sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali Kota Bogor termasuk dalam kategori puas yaitu 64,69%. Dengan nilai kinerja tertinggi diperoleh indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan nilai kinerja terendah diperoleh indikator kebersihan dan kerapihan tempat. Tingkat kinerja dan kepentingan pada sentra usaha tanaman hias Jl, dadali, Kota Bogor memiliki beberapa hal yang harus ditingkatkan kembali kinerjanya yang berada pada posisi kuadran I yaitu komunikasi pemasaran, kenyamanan tempat, serta kebersihan dan kerapihan tempat.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran yang peneliti dapat berikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor perlu memperbaiki beberapa hal yang terdapat di kuadran I. Dimana kuadran tersebut merupakan prioritas utama untuk ditingkatkan lagi, yaitu komunikasi pemasaran, kenyamanan tempat serta kebersihan dan kerapihan tempat. Pada kuadran II faktor-faktor tersebut lebih baik dipertahankan karena dapat meningkatkan penjualan dari sentra usaha tanaman hias Jl. Dadali, Kota Bogor. Perlu adanya pengalihan atau alokasi pada faktor-faktor yang terdapat di kuadran IV ke kuadran yang lebih membutuhkan dalam peningkatan kinerjanya. Khususnya pengalokasian pada kuadran I sehingga nantinya faktor-faktor yang terdapat didalam kuadran tersebut dapat meningkat lagi kinerjanya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga penelitian ini bermanfaat sebagaimana mestinya.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Propinsi DKI Jakarta. 2008. Penggolongan Pendapatan Penduduk. Jakarta, Indonesia: Badan Pusat Statistik Propinsi DKI Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Produksi Hortikultura Tanaman Hias Provinsi Jawa Barat 2019. Badan Pusat Statistika Jawa Barat. Indonesia.
- Kementrian Kesehatan RI. 2009. Profil Kesehatan Indonesia tahun 2009. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. Indonesia.
- Kementrian Pertanian. 2012. Rencana Kinerja Tahunan (RKT) Direktorat Budidaya dan Pascapanen Tanaman Florikultura. Kementrian Pertanian. Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2005. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.