

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
DI JASA TV KABEL
(STUDI KASUS : PT. SUBANG VISION)**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

YASSER ALI RUHAEDI

NRP : 113010109



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
2018**

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
DI JASA TV KABEL
(STUDI KASUS : PT. SUBANG VISION)**

Oleh

**Yasser Ali Ruhaedi
NRP : 113010109**

Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal

Pembimbing

Penelaah

(Dr. Iman Firmansyah, Drs., M.Sc)

(Dr. Riza Fathoni Ishak, Ir., MT)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Ir. Toto Ramadhan, MT

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
DI JASA TV KABEL
(STUDI KASUS : PT. SUBANG VISION)**

YASSER ALI RUHAEDI
NRP : 113010109

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di jasa pelayanan TV kabel PT. Subang Vision, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di jasa pelayanan tv kabel PT. Subang Vision.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang berlangganan jasa TV kabel di PT. Subang Vision. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis jalur (path).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) reability berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung (12,6%) yang lebih kecil daripada nilai yang dimediasi kepuasan pelanggan atau pengaruh tidak langsung (23,3%). (2) responsiveness berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung (0,11%) yang lebih kecil daripada nilai yang dimediasi kepuasan pelanggan atau pengaruh tidak langsung (12,2%). (3) assurance berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung (0,77%) yang lebih kecil daripada nilai yang dimediasi kepuasan pelanggan atau pengaruh tidak langsung (11,7%). (4) emphaty berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung (7,9%) yang lebih kecil daripada nilai yang dimediasi kepuasan pelanggan atau pengaruh tidak langsung (23,3%). (5) tangibles berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung (9,9%) yang lebih kecil daripada nilai yang dimediasi kepuasan pelanggan atau pengaruh tidak langsung (35,2%).

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelangan, loyalitas pelanggan

**THE EFFECT ANALYSIS OF SERVICE QUALITY
FACTORS TO COSTUMER LOYALTY WHICH IN
MEDIATION BY COSTUMER SATISFACTION
IN CABLES TV SERVICE
(CASE STUDY : PT. SUBANG VISION)**

YASSER ALI RUHAEDI
NRP : 113010109

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of service quality on customer loyalty in cable TV services PT. Subang Vision, (2) the influence of service quality on customer satisfaction and its effect on customer loyalty in the cable tv services PT. Subang Vision.

This research is a quantitative research with survey method. The population in this study are customers who subscribe to cable TV services at PT. Subang Vision. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 99 people. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is path analysis.

The results of this study indicate that: (1) reability has an indirect effect on customer loyalty. This is evidenced by the value of direct influence (12.6%) which is smaller than the value mediated by customer satisfaction or indirect influence (23.3%). (2) responsiveness has an indirect effect on customer loyalty. This is evidenced by the value of direct influence (0.11%) which is smaller than the value mediated by customer satisfaction or indirect influence (12.2%). (3) assurance has an indirect effect on customer loyalty. This is evidenced by the value of direct influence (0.77%) which is smaller than the value mediated by customer satisfaction or indirect influence (11.7%). (4) emphaty has an indirect effect on customer loyalty. This is evidenced by the value of direct influence (7.9%) which is smaller than the value mediated by customer satisfaction or indirect influence (23.3%). (5) tangibles have an indirect effect on customer loyalty. This is evidenced by the value of direct influence (9.9%) which is smaller than the value mediated by customer satisfaction or indirect influence (35.2%).

Keywords : Service Quality, Costumer Satisfaction, Costumer Loyalty

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN	v
PERUNTUKAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xvii
Bab I Pendahuluan	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Perumusan Masalah.....	I-3
I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	I-3
I.4 Pembatasan dan Asumsi.....	I-3
I.5 Lokasi Penelitian	I-4
I.6 Sistematika Penulisan Laporan	I-4
Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	
II.1 Pengertian Jasa	II-1
A. Karakteristik Jasa.....	II-1
II.2 Kualitas Pelayanan	II-2
a. Kualitas	II-2
b. Pengertian Kualitas Pelayanan	II-3
c. Tujuan dan Fungsi Pelayanan	II-3
d. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	II-4
II.3 Kepuasan Pelanggan	II-5
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	II-5
b. Faktor-faktor yang memengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	II-5

c.	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	II-6
d.	Strategi Kepuasan Pelanggan	II-6
e.	Mengukur Kepuasan Pelanggan	II-7
II.4	Loyalitas Pelanggan	II-8
a.	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	II-8
b.	Manfaat Loyalitas Pelanggan	II-9
c.	Pengukuran Loyalitas	II-10
II.5	Keterkaitan Antar Variabel	II-12
1.	Hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan	II-12
2.	Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	II-12
3.	Hubungan antara loyalitas pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan.....	II-12
II.6	Pengumpulan Data	II-13
a.	Jenis-jenis Data.....	II-13
b.	Teknik Pengumpulan Data	II-13
c.	Macam-macam Skala Pengukuran Dalam Penelitian.....	II-15
d.	Populasi dan Sampel Dalam Penelitian	II-16
II.7	Teknik Pengambilan Sampel.....	II-18
II.8	Teknik Perancangan Kuesioner.....	II-18
II.9	Skala Pengukuran.....	II-21
II.10	Ketepatan Alat Ukur.....	II-21
a.	Validitas.....	II-22
b.	Uji Reliabilitas.....	II-24
II.11	Metode <i>Sucessive Interval</i>	II-25
II.12	Analisis Jalur	
a.	Sejarah Analisis Jalur	II-25
b.	Manfaat Analisis Jalur	II-27
c.	Diagram Jalur	II-28
d.	Koefisien Jalur.....	II-29
e.	Koefisien Determinasi dan Koefisien Residu.....	II-30

f. Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan dan Parsial	II-30
g. Persamaan Struktural	II-31
h. Pengujian Model (Pengujian Kesesuaian model)	II-31

Bab III Usulan Pemecahan Masalah

III.1 Pendekatan Penelitian	III-1
III.2 Model Pemecahan Masalah.....	III-2
III.3 Penentuan Variabel Penelitian	III-2
III.4 Tempat dan Waktu Penelitian	III-4
III.5 Populasi dan Sampel	III-4
III.6 Teknik Pengumpulan Data	III-5
III.7 Instrumen Penelitian.....	III-6
III.8 Uji Instrumen Penelitian.....	III-7
1. Uji Validitas.....	III-7
2. Uji Reabilitas	III-8
III.9 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval	III-9
III.10 Teknik Analisis Data.....	III-10
1. Analisis Deskriptif.....	III-10
2. Analisis Kuantitatif.....	III-11
III.11 Analisis Jalur.....	III-16
a. Asumsi-asumsi Analisis Jalur.....	III-17
III.12 Flowchart Pemecahan Masalah.....	III-20
III.13 Flowchart Pengolahan Data	III-21

Bab IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data

IV.1 Model Pemecahan Masalah.....	IV-1
1. Profil Perusahaan.....	IV-1
a) Visi Misi Perusahaan.....	IV-1
b) Program TV Yang Disajikan.....	IV-2
c) Biaya Instalasi	IV-2
d) Struktur Organisasi Perusahaan	IV-3
e) Deskripsi Pekerjaan.....	IV-3
2. Analisis Deskriptif.....	IV-6
a. Karakteristik Responden	IV-6

IV.2	Langkah-langkah Pemecahan Masalah.....	IV-9
1.	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	IV-9
2.	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	IV-12
IV.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	IV-22
A.	Perhitungan Nilai Koefisien Jalur.....	IV-23
B.	Uji Hipotesis Model 1.....	IV-31
C.	Uji Hipotesis Model II.....	IV-38
D.	Uji Hipotesis Model III.....	IV-45
E.	Pengaruh Variabel Fasktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	IV-45
BAB V	Analisis dan Pembahasan	
V.1	Analisis Ukuran Sampel.....	V-1
V.2	Analisis Validitas	V-1
V.3	Analisis Reabilitas.....	V-2
V.4	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	V-3
V.5	Analisis Transformasi Data Skala Ordinal ke Skala Interval.....	V-3
V.6	Hasil Analisis Jalur.....	V-3
V.7	Analisis Pengujian Model Penelitian	V-4
a.	Uji Hipotesis Model 1.....	V-4
b.	Uji Hipotesis Model 2.....	V-5
c.	Uji Hipotesis Model 3.....	V-6
d.	Pengaruh Langsung dan Tidak langsung.....	V-6
1.	Pengaruh X_1 terhadap Z Melalui Y	V-6
2.	Pengaruh X_2 terhadap Z Melalui Y	V-6
3.	Pengaruh X_3 terhadap Z Melalui Y	V-7
4.	Pengaruh X_4 terhadap Z Melalui Y	V-8
5.	Pengaruh X_5 terhadap Z Melalui Y	V-8
BAB VI	Kesimpulan dan Saran	
VI.1	Kesimpulan.....	VI-1
VI.2	Saran	VI-2

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman perkembangan teknologi yang semakin lama semakin meningkat ini hiburan banyak dicari oleh masyarakat baik para pekerja maupun para pelajar, dengan tujuan untuk menghilangkan kepenatan, ketegangan, kejenuhan, dan rasa capek karena kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi hal tersebut, orang dapat mencari tempat hiburan yang menyenangkan hati seperti: taman hiburan, tempat wisata, bioskop, dan masih banyak tempat hiburan lainnya. Karena hiburan merupakan salah satu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang disebabkan adanya pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian Indonesia.

Akhir-akhir ini semakin banyak berdiri TV kabel yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modern, untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket harga yang bervariasi dan kompetitif. Dalam membeli suatu produk atau jasa, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu kekurangan. Konsumen tidak menginginkan produk atau jasa, yang tidak memenuhi standar mutu. Apa yang menentukan konsumen akan puas, atau tidak puas terhadap suatu pembelian baik itu produk maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Konsumen akan merasa tidak puas jika suatu produk atau jasa tidak sesuai harapan, konsumen akan merasa puas jika suatu produk atau jasa sesuai harapan, dan konsumen akan merasa sangat puas jika suatu produk atau jasa melebihi harapan.

Untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pasca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu, yaitu seperti: customer service untuk mendengarkan dan menangani keluhan pelanggan, cukupnya jumlah karyawan yang melayani konsumen dan juga

keandalan karyawan dalam menangani keluhan dan masalah konsumen apabila konsumen mengalami kesulitan.

Dalam kesempatan ini, dimanfaatkan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa hiburan, yaitu PT. Subang Vision yang menyediakan pelayanan kepada konsumen, seperti chanel-chanel unggulan di wilayah kota Subang. Pihak perusahaan sangat menyadari betapa pentingnya faktor kepuasan pelanggan. Dan menurut manajemen PT. Subang Vision kepuasan konsumen dapat dilihat dari naik turun atau tidak stabilnya pelanggan dengan persentase lumayan besar peningkatan jumlah konsumen yang berlangganan TV kabel di PT. SUBANG VISION.

Persentase penurunan yang begitu besar bisa disebabkan karena pelayanan yang kurang maksimal sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu manajemen PT. Subang Vision perlu melakukan evaluasi faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, agar manajemen PT. Subang Vision dapat memperbaiki tingkat pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasakan terpuaskan. Dengan terbentuknya kepuasan pelanggan diharapkan dapat menciptakan loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut.

Pada penulisan ini penelitian di khususkan pada PT. SUBANG Vision di kabupaten Subang. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu diadakan pengkajian tentang pengaruh faktor-faktor pelayanan seperti: Bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta empati (*emphaty*) dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, agar tercapai tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan PT.SUBANG vision, maka perlu dilakukan penelitian tentang : **"Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan di Jasa TV Kabel PT. SUBANG VISION"**.

Sebagai salah satu perusahaan pelayanan konsumen dalam bidang hiburan atau entertainment, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen pengguna jasa. Berkaitan dengan hal tersebut pihak PT. Subang Vision akan melakukan suatu upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui penggunaan karyawan yang memiliki dedikasi dan kompetensi yang

tinggi mengingat sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan masalah tersebut, maka yang menjadi pertanyaan penelitian (*research questions*) adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen?

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan implikasinya terhadap loyalitas konsumen

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi penulis penelitian ini merupakan kelanjutan dari proses belajar mengajar dalam rangka mencoba menerapkan ilmu yang pernah penulis terima dengan keadaan yang dilapangan, sehingga penulis harapkan dengan penelitian ini dapat menjadi pengalaman dan mengetahui sejauh mana kemampuan teoritis tersebut dapat diterapkan dalam praktek sehari-hari.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan mengungkapkan masalah yang timbul serta saran-saran untuk memecahkannya, dan semoga dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk tumbuh dan terus maju.

I.4 Pembatasan dan Asumsi

Dengan kompleksnya masalah yang dihadapi, maka perlu dilakukan ruang lingkup pembahasan dan asumsi pembatasan agar pemecahan masalah yang

dilakukan terarah dan dapat dianalisis dengan baik. Adapun yang menjadi ruang lingkup pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian akan dilakukan pada PT. SUBANG VISION
2. Responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan TV kabel Subang Vision
3. Analisis berdasar pada data dan informasi yang diperoleh dari pengamatan langsung, wawancara, studi literatur dan kuesioner.

Adapun Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Selama pengumpulan data ini dilakukan tidak ada perubahan kebijakan perusahaan ataupun pemerintah.
2. Selama penelitian ini tidak ada perubahan atau pergantian pemimpin.

I.5 Lokasi Penelitian

Sehubungan dengan pokok permasalahan yang akan menjadi bahan pembahasan pada tugas akhir ini, penyusun melakukan penelitian pada sebuah perusahaan swasta yaitu di PT. SUBANG VISION yang beralamat di Jl D. Kertawigenda No 27 RT. 18/05 Kel. Karanganyar Kec. Subang Kab. Subang.

I.6 Sistematika Penulisan Laporan

Untuk mempermudah dan memberi gambaran untuk memahami permasalahan dan pembahasannya, maka penulisan tugas akhir ini dilakukan dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan uraian singkat mengenai gambaran umum dari penelitian yang dilakukan antara lain latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah, lokasi penelitian serta sistematika penulisan laporan tugas akhir ini.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab kedua ini berisikan teori-teori yang menunjang dan mendukung dalam penyelesaian permasalahan yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan uraian mengenai tahapan, proses dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian. Adapun yang di bahas pada bagian ini yaitu, mengenai rancangan penelitian, penentuan variabel penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan data.

Bab IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data

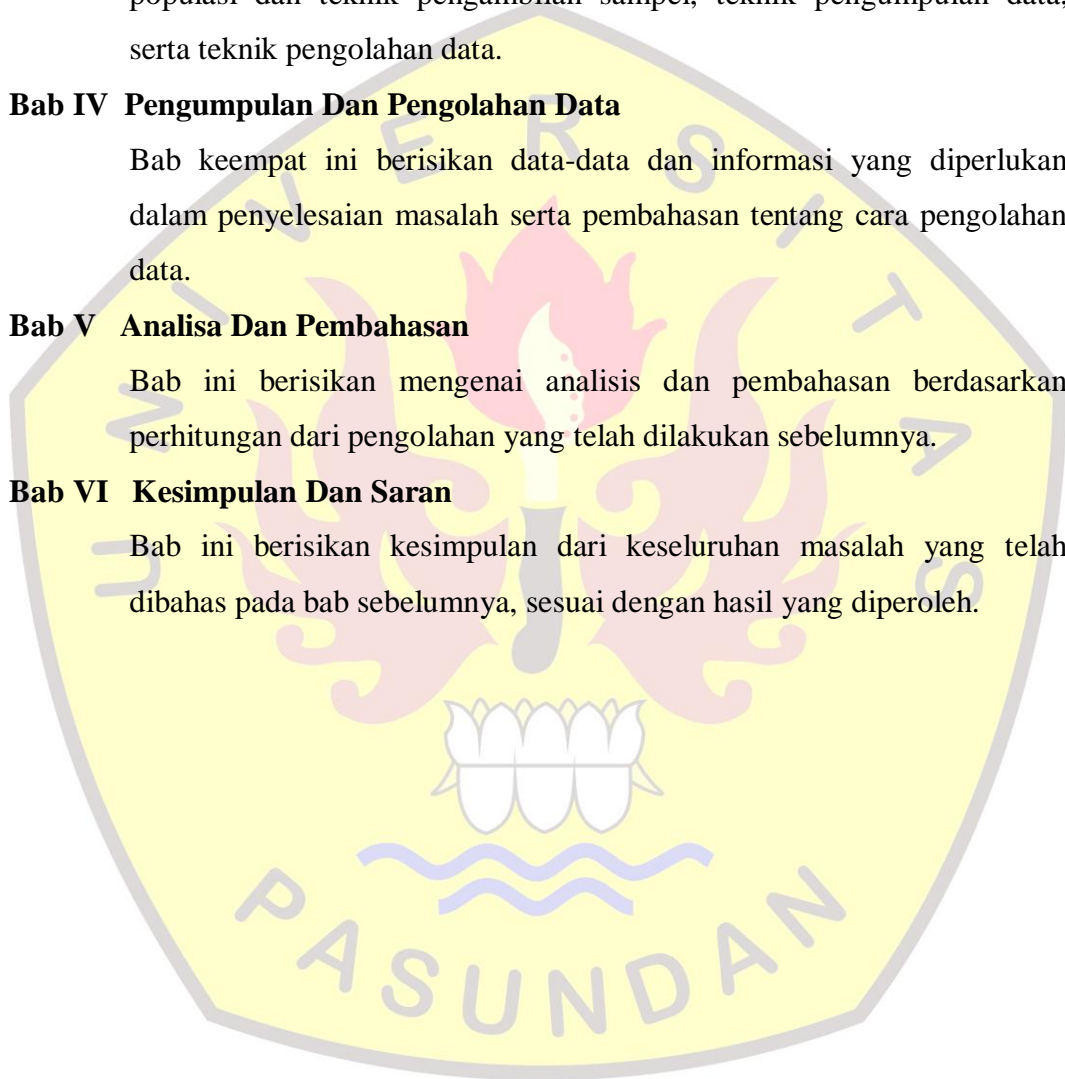
Bab keempat ini berisikan data-data dan informasi yang diperlukan dalam penyelesaian masalah serta pembahasan tentang cara pengolahan data.

Bab V Analisa Dan Pembahasan

Bab ini berisikan mengenai analisis dan pembahasan berdasarkan perhitungan dari pengolahan yang telah dilakukan sebelumnya.

Bab VI Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan masalah yang telah dibahas pada bab sebelumnya, sesuai dengan hasil yang diperoleh.



DAFTAR PUSTAKA

Singarimbun, Masri (1995) : *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT. Pustaka LP3PS Indonesia.

Riduwan dan Engkos (2014), : *Cara Mudah Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: ALFABETA.

Supranto (2011), "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*", Jakarta : PT Rineka Cipta.

Kotler, Philip.1998. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing 9e)*. Jakarta : Penerbit PT Prenhallindo.

Kotler, Philip (2005), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Sekaran, Uma.2006. *Research Methods For Business, Edisi 4, Buku 1*. Jakarta:

Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Supranto, J. 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untu Menaikkan PangsaPasar*, Jakarta, Rineka Cipta.

Griffin R. W. 2005. *Management Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Edisi 1.

Bandung: Alfabeta.

Krajewski, Lee J. danRitzman, Larry P. 1990.*Operations Management : Strategy and Analysis, 2nd Edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

Pustaka dari Situs Internet :

Irnantha, Aris. (2016) : *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen”*.

https://eprints.uny.ac.id/41331/1/ArisIrnantha_14808147003.pdf,

Download(diturunkan/diunduh) pada 8 Agustus 2017.

Nugroho, Fakhri. (2016) : *“Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Utama Motor Yogyakarta”*.

http://eprints.uny.ac.id/39195/1/MuhammadFakhriNugroho_12808144054.pdf

f, Download(diturunkan/diunduh) pada 26 maret 2017.

