

# Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E-wallet* Gopay di wilayah DKI Jakarta

Alan Ramadhan<sup>1</sup>, & Rousdy Safari Tamba<sup>2,\*</sup>

<sup>a,b</sup> Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni, Jakarta 10530, Indonesia

<sup>1</sup> alanramadhan4199@gmail.com, <sup>2</sup> rousdytamba86@gmail.com \*

\* corresponding author

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of perceived benefits and perceived convenience on interest in using the Gopay e-wallet in the DKI Jakarta area. Data was collected through the distribution of questionnaires that have been tested for validity and reliability. The results showed that the influence of perceived benefits on interest in using the Gopay e-wallet was 71,1%, and the effect of perceived convenience on interest in using the GoPay e- wallet was 61,1%. This means that perceived benefits and perceived convenience have a significant effect on the interest in using the GoPay e- wallet in the DKI Jakarta area*

### Keywords

*Perceived benefits Perceived convenience Interest in use*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam dan uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik (Adiyanti, 2015).

Dalam perkembangannya, sistem pembayaran secara elektronik atau bisa disebut non tunai dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat dan kemajuan perkembangan teknologi. Saat ini perkembangan alat pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang membawa dampak cukup besar terhadap pihak-pihak yang terlibat.

Transaksi secara non tunai atau elektronik (*e-payment*) dinilai mendorong efisiensi ekonomi sekaligus menahan inflasi. Sebab, salah satu penyebab kenaikan inflasi adalah tingginya peredaran uang.

Menurut Ekonom Universitas Padjadjaran, Wibowo (2017) sumber Kompas.com, menyatakan makin maraknya penggunaan transaksi elektronik di Indonesia harus terus didukung secara positif karena keuntungannya dalam hal efisiensi waktu dan fisik sangat dapat dirasakan. Efisiensi tersebut berupa pemangkasan waktu transaksi oleh masyarakat, sehingga mempercepat pelayanan dan penghematan waktu. Keberadaan para pengguna transaksi elektronik juga mempercepat pembentukan komunitas non-tunai (*less cash society*) yang bisa mengurangi peredaran uang di masyarakat. saat ini yaitu PT. Dompot Karya Anak Bangsa (*Go pay*) yang dimiliki oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (*Go-Jek*). GoJek pertama kali memperkenalkan layanan digital payment *Go pay* pada April 2016 setelah sebelumnya memiliki sistem kredit bernama *Go-Jek Credit*. *Go pay* dapat digunakan untuk membayar semua jenis layanan GoJek secara cashless atau non tunai, mulai dari jasa ojek online (*GoRide*), antar makanan *Go-Food*, hingga belanja lewat *Go-Mart*.

Dari survey yang dilakukan oleh Ipsos.com dalam sumber teknoia.com, mereka menemukan bahwa mayoritas pengguna dompet digital adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase pengguna dompet digital tertinggi berada dalam rentang 25–40 tahun.

Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (top-up) saldo untuk dompet digital adalah pengguna usia 25–29 tahun. Sedangkan usia yang lebih tua cenderung untuk mengisi saldo lebih sedikit

**Gambar 1**  
**Daftar penggunaan e-wallet berdasarkan usia**



Sumber: oleh survey Ipsos.com 2020

Rata-rata top-up adalah sebesar Rp140.663. Dari jumlah pengisian saldo sebanyak itu, 68% pengguna melakukan transaksi minimal satu kali dalam satu minggu. Bahkan mayoritas pengguna ternyata menggunakan dompet digital lebih dari satu kali dalam satu minggu. Penggunaan yang berulang-ulang ini tentu memantik rasa ingin tahu, apa alasan mereka untuk menggunakan dompet digital dibandingkan dengan uang tunai. Jawabannya adalah karena mayoritas telah mengatakan bahwa menggunakan dompet digital lebih nyamandibandingkan dengan uang tunai.

Hasil survei Lembaga Riset Telematika *Sharing Vision* menyatakan layanan transaksi digital Gopay memimpin pasar e-money sebagai yang paling banyak digunakan masyarakat. Chief Lembaga Riset Telematika *Sharing Vision* Dimitri Mahayana dalam keterangan resmi yang diterima di Jakarta, menyampaikan hasil survei itu bertepatan *eChannel Fintech eCommerce dan eLifestyle*, GoPay dipilih 81 persen responden. Posisi kedua, lanjut dia, ditempati OVO sebanyak 71 persen, Shopeepay 44 persen, Dana 41 persen, *e-money* Mandiri 21 persen, Flazz 18 persen, Link Aja 16 persen, dan Brizzi 5 persen, i.saku 2 persen, Jakcard dan *Paytren* 1 persen, dan lainnya 2 persen. Dalam survei *Sharing Vision* pada Desember 2020 itu Dimitri memaparkan alasan menggunakan *e-money* bervariasi, mulai dari simple,

efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke bank, dan aman.

Berdasarkan paparan diatas bahwa banyak kompetitor sejenis untuk mencapai tujuan utama yaitu seberapa banyak jumlah minat penggunaan *e-wallet* tersebut. Bagi konsumen pengguna pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang diberikan *e-wallet* Gopay menjadi suatu acuan untuk menarik minat pengguna untuk penilaian perusahaan dalam menjual jasa layanannya pada konsumen atas manfaat dan kemudahan yang diterima.

**Pelaksanaan dan Metode**

Dalam penelitian Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35) adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

1) **Variabel Bebas**

Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini yaitu variabel Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi kemudahan (X2)

2) **Variabel Terikat**

Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Minat Penggunaan (Y)

**Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:135). Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan dengan pasti berapa jumlahnya untuk dijadikan sampel maka populasi ini tergolong populasi tidak terhingga (Infinite Population). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna e-wallet gopay di wilayah DKI Jakarta.

**Sampel**

Sampel merupakan salah satu bagian dari populasi yang akan diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2020:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus hair. Rumus hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair (2010:176) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Jadi jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 110 responden yang berasal dari jumlah sebanyak (22 buah dikali 5) yang berasal dari pengguna e-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta.

**Analisis Data**

Analisis data menggunakan Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 26 for Windows, yang terfokuskan pada pengolahan data hasil penelitian dengan Analisis Kuantitatif dengan deskriptif data. Metode Analisis Kuantitatif adalah Metode analisis data yang terkumpul dalam bentuk angka-angka atau skor jawaban dari para responden yang menjadi sampel penelitian.

**Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 1**

**Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Persepsi Manfaat (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 <sup>a</sup>	.711	.709	2.161

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : *Output SPSS ver.26*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai R Square yaitu sebesar 0.711, jadi kontribusi pengaruh variabel independen Persepsi Manfaat dalam penelitian ini sebesar 71,1%

**Tabel 2**

**Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 <sup>a</sup>	.611	.607	2.510

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : *Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai R Square yaitu sebesar 0.611, jadi kontribusi pengaruh variabel independen Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini sebesar 61,1%.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Determinasi Persepsi Manfaat dan PersepsiKemudahan terhadap Minat Penggunaan**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 <sup>a</sup>	.787	.783	1.865

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : *Output SPSS ver.26*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefesien determinasi yang ditunjukan oleh nilai R Square yaitu sebesar 0.787, jadi kontribusi pengaruh variabel independen Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan dalam penelitian ini sebesar 78,7%. Berdasarkan interpretasi koefisien yang telah ditentukan.

**Hipotesis**

**a. Uji T (Parsial)**

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) terhadap variabel terikat Minat Penggunaan (Y). Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji T (Parsial) Persepsi Manfaat**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.963	1.297		3.825	.000
	Persepsi Manfaat	.609	.037	.843	16.315	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Sumber : *Output SPSS ver. 26*

**1) Hasil dan pengambilan keputusan dalam uji T Pertama :**

Berdasarkan output Coefficients diperoleh nilai t hitung 16.315 > t tabel 1.984 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>01</sub> ditolak dan H<sub>a1</sub> diterima. Yang artinya “Persepsi Manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap MinatPenggunaan (Y)”

**Tabel 5**  
**Hasil Uji T (parsial) Persepsi Kemudahan**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.262	1.298		7.135	.000
	Persepsi Kemudahan	.500	.038	.781	13.012	.000

a. Dependent Variable: Minat penggunaan

Sumber : *Output SPSS ver.26*

**2) Hasil dan Pengambilan Keputusan dalam uji T Kedua :**

Berdasarkan output Coefficients diperoleh nilai t hitung 13.012 > t tabel 1.984 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>02</sub> ditolak dan H<sub>a2</sub> diterima. Yang artinya “Persepsi Kemudahan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y)”

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Penggunaan software SPSS memudahkan untuk penarikan kesimpulan dalam uji ini. Apabila nilai prob. F hitung lebih kecil dari tingkat kesalahan/error (alpha) 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak. Sedangkan apabila nilai prob. F hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.

**Tabel 6 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1374.880	2	687.440	197.692	.000 <sup>b</sup>
	Residual	372.075	107	3.477		
	Total	1746.955	109			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat

Sumber : *Output SPSS ver.26*

Berdasarkan tabel 6 pada Uji F diketahui nilai signifikansi untuk Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) secara simultan terhadap Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 197.692 > F_{tabel} 3.08$  Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara simultan terhadap Minat Penggunaan secara signifikan.

## Hasil Dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang lebih berpengaruh antara Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Minat Penggunaan (Y) adalah variabel Persepsi manfaat (X<sub>1</sub>). Dikarenakan nilai signifikansi pengaruh Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Penggunaan (Y) adalah  $t_{hitung} 16.315 > t_{tabel} 1.984$  dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan secara signifikan. Dengan demikian PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (GOJEK) harus mempertahankan dan meningkatkan Dompot digital Gopay dari segi Manfaat yang diberikan sehingga konsumen dapat terus menjadi setia menggunakan produk E-wallet Gopay, dan membuat Pengguna terpuaskan dengan produk tersebut dibandingkan dengan kompetitor sejenis.

### 2. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

Hasil uji hipotesis pada tabel 4, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $16.315 > t_{tabel} 1.984$  dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima sehingga hipotesis menyatakan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Penggunaan.

#### 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Hasil uji hipotesis pada tabel 5, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $13,012 > t_{tabel} 1.984$  dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima sehingga hipotesis menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Penggunaan.

#### 3. Pengaruh Persepsi manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan

Uji variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan dapat mempengaruhi variabel Minat Penggunaan yang dapat dilihat dengan hasil perhitungan uji F. Berdasarkan tabel 6, diketahui nilai signifikansi untuk Pengaruh Persepsi Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>) secara simultan terhadap Minat Penggunaan (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 197.692 > F_{tabel} 3,08$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Penggunaan.



## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan sebesar 71,1%.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan sebesar 61,1%.
3. Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan sebesar 78,7% dan sisanya 21,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Saran

1. Sebaiknya perusahaan PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Go-jek Indonesia) diharapkan lebih meningkatkan Kemudahan yang diberikan oleh gopay kepada pelanggan karena terdapat beberapa responden yang memberikan nilai negatif terhadap e-wallet Gopay karena hal-hal tersebut memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan.
2. Meningkatkan Kemudahan yang diberikan dengan memberikan pelayanan yang semudah mungkin terhadap pengguna.
3. Terus melakukan pengembangan system yang diberikan dengan melakukan riset terhadap pelanggan agar Manfaat, dan kemudahan yang diberikan mampu meningkatkan minat penggunaan e-wallet gopay..

### Daftar Pustaka

- [1]. Adiyanti, A. I., & Pudjihardjo, M. (2015). Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 3 (1), 1–13. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590>
- [2]. Akmal Nashren Abd Malik, S. N. S. A. (2019). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, trust and perceived risk toward E-wallet usage. *INSIGHT Journal*, 5(2600–8564), 1– 16.
- [3]. Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 88–103.
- [4]. Ipsos. (2020). *Penelitian Ipsos: Evolusi Dompot Digital Menuju Keberlanjutan*. 1–8. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos\\_-\\_press\\_release\\_-\\_indonesian.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf)
- [5]. [\\_press\\_release\\_-\\_indonesian.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf)
- [6]. Rizki, P., Istiarni, D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG INTERNET BANKING DENGAN SIKAP
- [7]. PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3(2), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- [8]. Sari, M. A., Listiawati, R., Novitasari, N., & Vidyasari, R. (2020). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126–134. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2493>
- [9]. Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, F. (2020). PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT PEMAKAIAN FINANCIAL TECHNOLOGY PADA APLIKASI OVO SEBAGAI DIGITAL PAYMENT (Study Kasus Mahasiswa FEB
- [10]. Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v1i1.335>
- [11]. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [12]. Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [13]. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [14]. Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [15]. Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Arikunto Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis*, edisi revisi 2010. Jakarta : Rineka Cipta