

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN *TOYOTA HOME SERVICE* (THS) DENGAN METODE KANO DAN KANSEI ENGINEERING

Rekky

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah membuat rekomendasi elemen apa saja dalam merancang atau memperbaiki pelayanan *Toyota Home Service* (THS) berdasarkan kansei engineering dan layanan-layanan yang perlu ditingkatkan pada *Toyota Home Service* (THS). Dalam memenuhinya dapat memanfaatkan rekayasa kansei untuk menganalisis pelayanan *Toyota Home Service* (THS) yang menterjemahkan perasaan Customer THS kedalam kansei word dan metode kano untuk evaluasi layanan *Toyota Home Service* (THS). Data didapatkan menggunakan kuisioner terhadap 30 responden. Hasil kuisioner diolah menggunakan software spss, dan evaluasi layanan menggunakan Metode Kano. Faktor utama yang berpengaruh dalam kepuasan pelayan *Toyota Home Service* (THS) yaitu “Ergonomis”, artinya pelayanan *Toyota Home Service* (THS) sangat memudahkan customer dalam melakukan Service kendaraan Toyota mereka, karena Service kendaraan cukup dirumah customer saja tanpa harus ke bengkel resmi. Sedangkan untuk evaluasi layanan menghasilkan 3 atribut yang harus ditingkatkan sesuai dengan derajat prioritas, misalnya pada dimensi nyaman, pelayanan *Toyota Home Service* (THS) harus membuat customer merasa nyaman saat mereka Service seperti tempat kerja yang dijaga selalu bersih. Selain itu, ada layanan yang dipertahankan sesuai dengan derajat prioritas sebanyak 20 atribut

Kata Kunci: Rekayasa Kansei, Layanan, Metode Kano, Jasa

Abstract The purpose of this research is to make recommendations on what elements in designing or improving *Toyota Home Service* (THS) services based on kansei engineering and services that need to be improved on *Toyota Home Service* (THS). In fulfilling it, you can use kansei engineering to analyze *Toyota Home Service* (THS) services which translate THS customer feelings into kansei words and the kano method for evaluating *Toyota Home Service* (THS) services. Data obtained using a questionnaire to 30 respondents. The results of the questionnaire were processed using SPSS software, and service evaluation was using the Kano Method. The main factor that influences the satisfaction of *Toyota Home Service* (THS) waiters is "Ergonomic", meaning that *Toyota Home Service* (THS) services make it very easy for customers to service their Toyota vehicles, because vehicle service is enough at the customer's home without having to go to an official workshop. As for the evaluation of services, it produces 3 attributes that must be improved according to the priority level, for example in the comfortable dimension, *Toyota Home Service* (THS) services must make customers feel comfortable when they are serviced like a workplace that is always kept clean. In addition, there are services that are maintained according to the priority level of 20 attributes.

Keywords: Kansei Engineering, Service, Kano Method, Service

I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu perekonomian dan teknologi akan selalu berkembang, salah satunya transportasi. Transportasi merupakan kebutuhan yang wajib bagi manusia yang tentunya sangat berguna bagi aktivitas sehari-hari manusia dalam berpindah tempat dengan waktu yang cepat dan nyaman, di Indonesia hampir seluruh masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan mobil

sebagai kendaraan yang nyaman dan aman. Tetapi dengan semakin banyak konsumen mobil, maka semakin besar pula tanggung jawab pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen, pasar akan memikirkan langkah-langkah berbeda yang akan ditempuh untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dan pasar juga akan mendapatkan keuntungan yang lebih.

Adapun langkah-langkah yang dibuat oleh pasar harus efektif dan efisien agar pelanggan mendapatkan manfaat yang lebih sehingga pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan. Selain itu, perusahaan juga akan meningkatkan kualitas pelayanan agar semakin unggul dan sesuai kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan perusahaan

Rekky, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta. Saat ini, sebagai mahasiswa Teknik Industri, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta. (rekkykun57@gmail.com).

dikategorikan baik jika pelanggan menerima pelayanan yang sesuai dengan yang di diharapkan, dikategorikan ideal jika pelanggan menerima pelayanan melampaui yang diharapkan, dikategorikan buruk jika pelanggan menerima pelayanan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Perusahaan industri otomotif merupakan salah satu perusahaan yang memberikan pelayanan jasa kepada pelanggannya. Contohnya yaitu Toyota Auto2000 Cilandak yang menerapkan layanan *Toyota Home Service* (THS) untuk meningkatkan pelayanannya terhadap pelanggan. Layanan *Toyota Home Service* (THS) di Toyota Auto2000 Cilandak sudah berjalan 31 tahun. Toyota melalui *Toyota Home Service* (THS) memberikan pelayanan yang sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat di setiap kondisinya. Jika melihat Tabel 1.1 yang merupakan data total layanan *Toyota Home Service* (THS) pada tahun 2018 sampai 2020, dapat dilihat bahwa perusahaan mengalami penurunan layanan kendaraan pada pelayanan THS. Hal ini tentu ada kaitannya dengan masalah kepuasan pelanggan atas produk dan layanan yang diberikan oleh Toyota Auto2000 termasuk layanan *Toyota Home Service* (THS).

TABEL I

Data Unit Layanan *Toyota Home Service* (THS)

Tahun	2018	2019	2020
Hasil Penjualan	12.021	9.461	7.815

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna layanan *Toyota Home Service* (THS) perlu dilakukan uji kepuasan pelayanan yang diberikan oleh *Toyota Home Service* (THS) dan perlu juga mengetahui perasaan apa yang di alami pelanggan Ketika melakukan service di tempat menggunakan jasa THS

Metode Kano merupakan suatu model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, Model ini dikembangkan oleh Profesor Noriaki Kano dari Universitas Tokyo (Kano dalam Fajar, 2011). sedangkan menurut Agustinus dkk (2016: 12) *Kansei Engineering* merupakan metode yang digunakan untuk mengolah nilai kansei sebagai input menjadi atribut sistem sebagai output. *Kansei Engineering* berguna untuk mendeteksi perasaan Pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Toyota Home Service* (THS) melalui *Kansei Word*. *Kansei Engineering* berguna untuk melengkapi hasil dari penelitian metode Kano dengan pengkategorian yang lebih spesifik berdasarkan keinginan Pelanggan

II. METODE DAN PROSEDUR

Penelitian ini berusaha menangkap fenomena kepuasan pelanggan *Toyota Home Service* (THS) di Auto2000 Cilandak. Adapun caranya adalah dengan mengumpulkan data berdasarkan respon dari kuesioner yang dibagikan ke pelanggan *Toyota Home Service* (THS) Auto2000 Cilandak

atas kualitas layanan yang diberikan. Data tersebut kemudian diolah, dan dianalisis menggunakan Metode Kano dan Metode *Kansei Engineering*, karena metode ini merupakan suatu model yang bertujuan mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Berikut adalah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan metode mendapatkannya:

1. Data Primer

Data yang diambil langsung di tempat penelitian. Peneliti mendapatkan data melalui metode angket dan kuesioner penelitian yang berjumlah 37 customer dengan kevalidan data 31 data

2. Data Sekunder

secara tidak langsung dari tempat penelitian, karena data tersebut sudah tersedia dalam bentuk catatan, dokumen atau data historis yang dimiliki oleh tempat penelitian

Data yang telah berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini kemudian disusun dalam bentuk tabulasi dan diolah menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan bantuan program Computer IBM Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25 dan Microsoft Office Excel. Berikut adalah serangkaian pengujian yang dilakukan pada penelitian ini:

1. Uji Realibilitas

Artikel akan Dalam Ghozari (2016: 154) Uji reliabilitas juga sering disebut dengan keandalan alat ukur yaitu kemampuannya untuk mengukur tanpa kesalahan dan hasilnya selalu konsisten (tetap sama), meskipun digunakan oleh orang lain atau di tempat orang lain untuk mengukur hal sama

2. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.

3. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik ialah untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan adalah model yang terbaik dan pantas untuk dilanjutkan (Azuar et al, 2014: 160). Untuk melakukan pengujian asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

4. Uji Statistik Deskriptif

Dalam statistik deskriptif, penulis akan mendeskripsikan data-data yang menjadi sampel penelitian yang dapat dilihat dari tabel descriptive statistik dari hasil olahan SPSS yang menunjukkan minimum, maksimum, mean serta standar deviation. Dari hasil olahan SPSS tersebut maka informasi dari data yang menjadi sampel penelitian akan terlihat lebih jelas serta mudah untuk dipahami.

5. Uji Hipotesis

Meliputi uji Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R²) yang berfungsi Untuk mengetahui apakah *Toyota Home Service* (THS) mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) Uji t umumnya dimanfaatkan untuk melihat sejauh mana pengaruh

satu variabel independen secara parsial untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Azuar et al, 2014: 159).

6. Model Regresi

Tujuan dari analisis ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *Toyota Home Service* (THS) yang dilihat dari angka signifikansinya, sehingga hasilnya tersebut dapat memaparkan hasil yang tepat

7. Model Kano

Tony wijaya (2011) menjelaskan bahwa Kano dikembangkan pertama kali oleh Noriaki Kano, Model Kano bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskanMaatita (2018) menjelaskan bahwa penentuan kategori Kano untuk tiap atribut (kolom Grade) dengan menggunakan Blauth's Formula yaitu:

- a. Jika jumlah nilai (one dimensional + attractive + must be) > jumlah nilai (indifferent + reverse + questionable) maka grade diperoleh nilai paling maksimum dari (one dimensional, attractive, must be)
- b. Jika jumlah nilai (one dimensional + attractive + must be) < jumlah nilai (indifferent + reverse + questionable) maka grade diperoleh yang paling maksimum dari (indifferent, reverse, questionable).
- c. Jika jumlah nilai (one dimensional + attractive + must be) = jumlah nilai (indifferent + reverse + questionable) maka grade diperoleh yang paling maksimum diantara semua kategori kano yaitu (one dimensional, attractive, must be dan indifferent, reverse, questionable)

Menurut Hutabri (2018) langkah penelitian dengan metode Kano yaitu:

- a. Mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dalam meningkatkan harapan mereka
- b. Membuat kuesioner kano dengan memiliki sifat functional dan disfunctional
- c. Memproses hasil kuesioner dengan tabulasi model kano atau biasa disebut tabulation of surveys
- d. Menganalisis hasil yang telah di proses dan memposisikan setiap atribut pertanyaan

8. Kansei Engineering

Ushada (2016: 10) menjelaskan bahwa Kansei merupakan paduan dua kata dalam bahasa Jepang yang berasal dari kan dan sei. Kan mempunyai, pengertian luas dan beragam yang berarti sensitivitas, sensibilitas, responsiveness, perasaan, image, ketertarikan, emosi, preferensi, kebutuhan, dan kepuasan. Sei mempunyai arti manusia. Dengan demikian, kata

kansei merupakan sensibilitas atau responsiveness manusia terhadap objek yang memengaruhinya dalam pengambilan Objek manusia dalam Kansei engineering dalam industry telah berkembang menjadi pekerja di sisi hulu industri dan konsumen di sisi hilir industri. Dalam beberapa studi kasus, kansei bisa didefinisikan sebagai user, bisa sebagai konsumen dan pekerja. Dengan menggunakan pendekatan Kansei engineering, Divisi Research and Development (R & D) dalam suatu industri mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang disebut sebagai kansei. Kemudian menganalisis datanya dengan pendekatan psikologis, ergonomi, dan keteknikan keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan kepuasannya. Menurut Chen et. al (dalam hartono, 2018: 32) menjelaskan bahwa dalam mendesain suatu layanan menggunakan kansei engineering didapatkan 2 keuntungan yaitu dapat menggunakan atau menerapkan kosakata pengguna layanan untuk mengekspresikan persepsi mereka dimana hal ini mengakomodasi ekspresi dari perasaan pengguna yang sesungguhnya, dan melihat hubungan interaktif antara respon afektif dan fitur layanan untuk membangun kerangka kuantitatif. Selain itu, hubungan antara perasaan konsumen dengan elemen layanan dapat menjadi referensi yang baik bagi penyedia jasa atau Layanan untuk menawarkan atribut.

Metodologi kansei engineering diawali dengan penentuan Kanseinwords. Menurut Hartono dan tan (2011) penentuan Kansei words berasal dari perasaan konsumen atau emotional feeling dan persepsi mereka pada saat menerima layanan. Tahap ini dilakukan dengan menggunakan 5 skala. Likert untuk setiap emotional needs dari responden. Menurut Chen et. al

(dalam hartono, 2015) menjelaskan bahwa Kansei words ini selanjutnya diintegrasikan dengan model Kano, dengan menggabungkan emotional needs konsumen dalam mengidentifikasi atribut layanan yang diukur. Selain itu, dalam memahami dan menciptakan persepsi Kansei akan suatu elemen layanan, perusahaan dapat memahaminya melalui pengalaman dari pelanggan atau pengguna layanan atau bahkan menciptakan persepsi baru yang masih dirasa kurang pada layanan tersebut. Kansei words yang digunakan juga dapat meliputi hal yang mewakili atau sebagai representatif dari suatu layanan tertentu (Hsiao et al, 2016). Perasaan psikologikal dalam Kansei meliputi emosi, mood, dan irnpresi. Istilah Kansei digunakan untuk mengorganisir emosi dan kesan pelanggan. Kansei digunakan dalam bentuk adjective (kata sifat) dalam kalimat pendek. prosedur standar pendekatan Kansei engineering oleh Ushada (2016) yang terdiri atas empat langkah yaitu:

- a. Identifikasi kebutuhan konsumen/user akan produk dari segi ergonomis dan image produk berdasarkan perasaan psikologis,"
- b. Ekstraksi parameter produk yang dapat memuaskan calon konsumen user
- c. Mengembangkan Kansei engineering sebagai teknologi yang ergonomis
- d. Penyesuaian desain produk berdasarkan tren preferensi konsumen dan kelompok sosial kemasyarakatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan melalui survey kepada pelanggan THS dengan ukuran sampel yang layak yaitu 30 samapai 500 sampel Sugiyono (2011: 90). Total kuesioner yang disebarikan kepada responden dalam penelitian ini berjumlah 40 dan kuesioner yang tidak dikembalikan sejumlah 7 response rate yang diperoleh dalam penelitan ini adalah 99,825% dan sisanya kuesioner yang tidak kembali 0,175%

TABEL II
Proses Seleksi Sampel

No	Kriteria	Kuantitas	Persentase
1	Kuesioneryang didistribusikan	40	100%
2	Kuesioner yang tidak dikembalikan	7	0,175%
3	Kuesioner yang digunakan	33	99,825%

Setelah data terkumpul, dilakukan serangkaian pengujian konsistensi yang dilakukan pada penelitian ini:

1. Uji Realibilitas

TABEL III
Uji Realibilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.838	31

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas diketahui angka Cronbach's Alpha menunjukkan angka sebesar 0,838. Angka 0,838 tersebut lebih besar dari nilai minimal Cronbach's Alpha yaitu 0,6. Artinya instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan dapat dikatakan reliabel atau handal

2. Uji Validitas

TABEL IV
Uji Validitas

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance Corrected if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1.1	109.30	144.405	.459	.950
X1.2	109.33	141.354	.642	.948
X1.3	109.36	142.114	.522	.949
X1.4	109.30	145.030	.524	.949
X1.5	109.33	141.417	.589	.949
X1.6	109.27	141.580	.640	.948
X1.7	109.39	141.059	.606	.948

X1.8	109.27	141.267	.567	.949
X1.9	109.27	142.017	.609	.948
X1.10	109.58	136.689	.718	.947
X1.11	109.58	138.189	.671	.948
X1.12	109.39	139.996	.729	.947

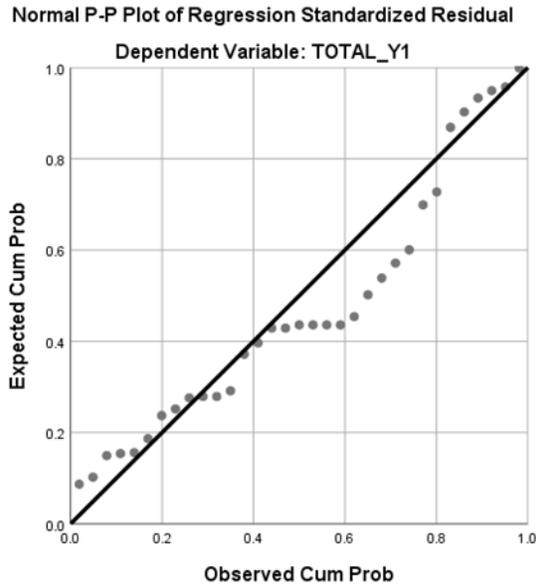
TABEL IV
Lanjutan

X1.13	109.52	142.945	.585	.949
X1.14	109.52	141.570	.579	.949
X1.15	109.21	143.297	.676	.948
X1.16	109.55	141.756	.515	.950
X1.17	109.55	139.568	.742	.947
X1.18	109.42	138.814	.679	.948
X1.19	109.36	142.489	.647	.948
X1.20	109.45	143.818	.402	.951
X1.21	109.33	139.979	.737	.947
X1.22	109.18	139.903	.704	.948
Y1.1	109.36	137.239	.775	.947
Y1.2	109.36	143.489	.515	.949
Y1.3	109.30	141.780	.716	.948
Y1.4	109.30	140.718	.576	.949
Y1.5	109.27	139.642	.667	.948
Y1.6	109.36	136.364	.707	.948

Pada Tabel 4.5 terlihat nilai Corrected Item-Total Correlation, dimana Pada pernyataan variabel X, untuk item 1 dengan r hitung sebesar 0,459 dinyatakan valid, untuk item 2 dengan r hitung sebesar 0,642 dinyatakan valid, untuk item 3 dengan r hitung sebesar 0,522 dinyatakan valid, untuk item 4 dengan r hitung sebesar 0,524 dinyatakan valid, untuk item 5 dengan r hitung sebesar 0,589 dinyatakan valid, untuk item 6 dengan r hitung sebesar 0,640 dinyatakan valid, untuk item 7 dengan r hitung sebesar 0,606 dinyatakan valid, untuk item 8 dengan r hitung sebesar 0,567 dinyatakan valid, untuk item 9 dengan r hitung sebesar 0,609 dinyatakan valid, untuk item 10 dengan r hitung sebesar 0,718 dinyatakan valid, untuk item 11 dengan r hitung sebesar 0,671 dinyatakan valid, untuk item 12 dengan r hitung sebesar 0,729 dinyatakan valid, untuk item 13 dengan r hitung sebesar 0,585 dinyatakan valid, untuk item 14 dengan r hitung sebesar 0,579 dinyatakan valid, untuk item 15 dengan r hitung sebesar 0,676 dinyatakan valid, untuk item 16 dengan r hitung sebesar 0,515 dinyatakan valid, untuk item 17 dengan r hitung sebesar 0,742 dinyatakan valid, untuk item 18 dengan r hitung sebesar 0,679 dinyatakan valid, untuk item 19 dengan r hitung sebesar 0,647 dinyatakan valid, untuk item 20 dengan r hitung sebesar 0,402 dinyatakan valid, untuk item 21 dengan r hitung sebesar 0,737 dinyatakan valid, untuk item 22 dengan r hitung sebesar 0,704 dinyatakan valid. Pada pernyataan variabel Y, untuk item 1 dengan r hitung sebesar 0,775 dinyatakan valid, untuk item 2 dengan r hitung sebesar 0,515 dinyatakan valid, untuk item 3 dengan r hitung sebesar 0,716 dinyatakan valid, untuk item 4 dengan r hitung sebesar 0,576 dinyatakan valid, untuk item 5 dengan r hitung sebesar 0,667 dinyatakan valid, untuk item 6 dengan r

hitung sebesar 0,707 dinyatakan valid.

3. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas



GAMBAR I

Hasil Uji Normalitas grafik P-P Plot Berdasarkan Gambar 4.1 tersebut, terlihat hasil Grafik P-P Plot menunjukkan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, sehingga dapat dikatakan grafik tersebut menunjukkan pola yang berdistribusi normal, sehingga bisa dikatakan model regresi yang dipakai dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Statistik Deskriptif *Toyota Home Service* (THS)

TABEL VI

Data Pengelompokan Pernyataan dengan Atribut Kano

No	Pernyataan <i>Toyota Home Service</i> (THS)	Atribut Kano
1	THS menyediakan peralatan yang modern dan berkualitas untuk anda	<i>One Dimensional</i>
2	THS memberikan layanan sesuai dengan yang diminta customer	<i>One Dimensional</i>
3	THS memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan	<i>One Dimensional</i>
4	THS memberi informasi kepada anda apabila anda harus menunggu atau mengantri	<i>One Dimensional</i>

berapa lama untuk mendapatkan layanan

5	Layanan yang diberikan kepada anda menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pelayanan THS	<i>One Dimensional</i>
6	THS memberikan rasa aman dalam melayani anda	<i>One Dimensional</i>
7	THS mampu menjawab dan menangani pertanyaan serta kebutuhan anda	<i>One Dimensional</i>
8	Teknisi THS berbicara dengan sopan disaat melayani anda	<i>One Dimensional</i>
9	Teknisi THS memberikan kesan yang baik kepada anda	<i>One Dimensional</i>
10	THS memahami kebutuhan anda secara spesifik	<i>One Dimensional</i>
11	THS memiliki aplikasi yang mudah untuk digunakan	<i>Attractive</i>
12	Teknisi THS berpenampilan dan berseragam rapi	<i>Attractive</i>
13	THS menyediakan informasi jasa layanan apa saja yang ditawarkan bagi anda secara lengkap dan jelas	<i>Attractive</i>
14	THS tanggap dalam melayani kebutuhan anda	<i>Attractive</i>
15	Teknisi THS bersikap ramah dan sopan dalam melayani anda	<i>Attractive</i>
16	THS memberikan perhatian individual saat melayani anda	<i>Attractive</i>
17	Jam layanan/beroperasi THS sesuai dengan kebutuhan anda	<i>Attractive</i>
18	Ketrampilan Teknisi THS dalam melayani konsumen dapat diandalkan	<i>Must Be</i>
19	Pelayanan yang diberikan Teknisi THS konsisten sejak awal	<i>Must Be</i>
20	THS tidak melakukan kesalahan dalam melayani anda	<i>Must Be</i>
21	THS tanggap dalam menangani masalah anda	<i>Must Be</i>
22	Teknisi THS telah terlatih secara profesional	<i>Must Be</i>

TABEL VI
Lanjutan

Data variabel *Toyota Home Service* (THS) diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan menyertakan 22 kemudian diakumulasikan dalam bentuk angka. Berikut hasil penyebaran kuesioner dari data *Toyota Home Service* (THS).

TABEL VII
 Hasil Statistik Deskriptif *Toyota Home Service*
 (THS)

<i>Descriptive Statistics</i>					
No	<i>N</i>	<i>Mini mum</i>	<i>Maxi mum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviatio n</i>
X1.1	33	2	5	4.12	.600
X1.2	33	2	5	4.09	.631
X1.3	33	2	5	4.06	.704
X1.4	33	3	5	4.12	.485
X1.5	33	2	5	4.09	.678
X1.6	33	3	5	4.15	.619
X1.7	33	3	5	4.03	.684
X1.8	33	3	5	4.15	.712
X1.9	33	3	5	4.15	.619
X1.10	33	2	5	3.85	.834
X1.11	33	2	5	3.85	.795
X1.12	33	3	5	4.03	.637
X1.13	33	3	5	3.91	.579
X1.14	33	3	5	3.91	.678
X1.15	33	3	5	4.21	.485
X1.16	33	2	5	3.88	.740
X1.17	33	3	5	3.88	.650
X1.18	33	1	5	4.00	.750
X1.19	33	3	5	4.06	.556
X1.20	33	3	5	3.97	.728
X1.21	33	3	5	4.09	.631
X1.22	33	3	5	4.24	.663
<i>Valid N (listwise)</i>	33				

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, nilai minimum THS untuk pernyataan 1 (X1.1) “THS menyediakan peralatan yang modern dan berkualitas untuk anda” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 2 (X1.2) “THS memberikan layanan sesuai dengan yang diminta customer” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama

dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 3 (X1.3) “THS memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 4 (X1.4) “THS memberi informasi kepada anda apabila anda harus menunggu atau mengantri berapa lama untuk mendapatkan layanan” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 5 (X1.5) “Layanan yang diberikan kepada anda menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pelayanan THS” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 6 (X1.6) “THS memberikan rasa aman dalam melayani anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 7 (X1.7) “THS mampu menjawab dan menangani pertanyaan serta kebutuhan anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 8 (X1.8) “Teknisi THS berbicara dengan sopan disaat melayani anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 9 (X1.9) “Teknisi THS memberikan kesan yang baik kepada anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 10 (X1.10) “THS memahami kebutuhan anda secara spesifik” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 11 (X1.11) “THS memiliki aplikasi yang mudah untuk digunakan” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 12 (X1.12) “Teknisi THS berpenampilan dan berseragam rapi” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 13 (X1.13) “THS menyediakan informasi jasa layanan apa saja yang ditawarkan bagi anda secara lengkap dan jelas” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 14 (X1.14) “THS tanggap dalam melayani kebutuhan anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 15 (X1.15) “Teknisi THS bersikap ramah dan sopan dalam melayani anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 16 (X1.16) “THS memberikan perhatian individual saat melayani anda” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 17 (X1.17) “Jam layanan/beroperasi THS sesuai dengan kebutuhan anda” sama dengan

3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 18 (X1.18) “Ketrampilan Teknisi THS dalam melayani konsumen dapat diandalkan” sama dengan 1, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 19 (X1.19) “Pelayanan yang diberikan Teknisi THS konsisten sejak awal” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 20 (X1.20) “THS tidak melakukan kesalahan dalam melayani anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 21 (X1.21) “THS tanggap dalam menangani masalah anda” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 22 (X1.22) “Teknisi THS telah terlatih secara profesional” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5.

c. Uji Stastika Deskriptif Kepuasan Pelanggan

TABEL VIII
Data Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan

<i>Descriptive Statistics</i>					
No	N	<i>Minim Maxim</i>		<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
		<i>um</i>	<i>um</i>		
Y1.1	33	2	5	4.06	.747
Y1.2	33	3	5	4.06	.609
Y1.3	33	3	5	4.12	.545
Y1.4	33	3	5	4.12	.740
Y1.5	33	2	5	4.15	.712
Y1.6	33	2	5	4.06	.864
<i>Valid N</i>	33				

(listwise)

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, nilai minimum THS untuk pernyataan 1 (Y1.1) “Ketepatan dalam melaksanakan janji Booking pelayanan perbaikan kendaraan kepada pelanggan” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai

minimum THS untuk pernyataan 2 (Y1.2) “Kelengkapan informasi dari pihak mekanik dalam menjelaskan layanan yang diberikan” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 3 (Y1.3) “Mekanik memberikan pelayanan yang memuaskan dan profesional” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 4 (Y1.4) “Mekanik siap menghadapi keluhan yang dihadapi pelanggan” sama dengan 3, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 5 (Y1.5) “Menjamin kepuasan pelanggan selama perbaikan kendaraan dengan memberikan garansi perbaikan kendaraan” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5. Nilai minimum THS untuk pernyataan 6 (Y1.6) “Adanya sarana survei online untuk menilai kinerja mekanik” sama dengan 2, sedangkan nilai maksimum sama dengan 5

4. Uji T

TABEL IX
Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Model	T	Sig.
1		
(Constant)	.054	.957
TOTAL_X1	6.953	.000

Ket:

a. *Dependent Variable: TOTAL_Y1*

Tabel 4.15 di atas menyajikan hasil uji hipotesis secara parsial. Diketahui bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai thitung sebesar 6,953 > ttabel 2,034. Berarti Ho diterima dan Ha ditolak sehingga bisa dikatakan *Toyota Home Service* (THS) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kansei Engineering

TABEL X
Data Gap dari Kuesioner Kansei Engineering

NAMA	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20	K21	K22	
Leo Sanjaya	-1	-2	-1	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TERRY FANS DIBA	-1	-2	-1	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yessy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0
Samuel freda	0	0	0	0	1	1	-1	-1	0	0	0	0	-1	0	0	0	-1	-1	-1	-1	0	0	0
Onggi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1
Harya	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Abigail	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
REBECCA BOUNITHA	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1
Lita	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tommu	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	-1	1	1	1	1
Roberto Fernandez	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Ulina	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Stewy Yosua Kalalo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jacka Swandana ++	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hanna Marshella	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	1	0	0	1	-1	-1	1	-1	-1	0	0	0	0	-1
julian	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ivan basten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Edgardo victor	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0
Tubagus ciptadi	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ari pratama	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sefi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zul Fahmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tiko	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fazly Yoshio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fariz	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Christo	0	1	1	2	0	-1	1	0	-1	2	0	-1	-2	-1	-1	1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	
Undi manase	-1	-1	-3	0	1	0	1	-1	1	1	-1	-2	-2	1	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	
Sondang	0	-1	-2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	
Yogi	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Suparjan	0	-1	-1	-1	1	-1	1	1	-2	2	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-2	0	-1	-1	
Bagas Heenadi	-1	0	0	0	0	0	-2	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-2	-1	
Martina	0	-1	1	-1	-1	1	-1	-2	-2	-1	-3	1	-2	-1	-2	-1	1	1	-1	-2	-2	1	
Tuti Suri	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tidak Valid (-5 sampai -1)	4	7	5	3	3	4	5	7	8	4	3	4	5	5	4	6	8	5	8	7	6	7	
Valid (0)	23	20	23	23	24	24	22	22	21	23	28	26	24	22	25	25	22	25	22	24	24	22	
Sangat Valid (+1-5)	6	6	5	7	6	5	6	4	4	6	2	3	4	6	4	2	3	3	3	2	3	4	

Dari Tabel 4.20 di atas, terlihat atribut yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan atribut yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Untuk atribut K.1 terdapat 4 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 23 jawaban valid dan 6 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.2 terdapat 7 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 20 jawaban valid dan 6 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.3 terdapat 5 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 23 jawaban valid dan 5 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.4 terdapat 3 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 23 jawaban valid dan 7 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.5 terdapat 3 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 24 jawaban

valid dan 6 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.6 terdapat 4 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 24 jawaban valid dan 5 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.7 terdapat 5 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 6 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.8 terdapat 7 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 4 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.9 terdapat 8 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 21 jawaban valid dan 4 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.10 terdapat 4 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 23 jawaban valid dan 6 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.11 terdapat 3 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 28 jawaban valid dan 2 jawaban

sangat valid. Untuk atribut K.12 terdapat 4 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 26 jawaban valid dan 3 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.13 terdapat 5 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 24 jawaban valid dan 4 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.14 terdapat 5 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 6 jawaban sangat valid.

Untuk atribut K.15 terdapat 4 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 25 jawaban valid dan 4 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.16 terdapat 6 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 25 jawaban valid dan 2 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.17 terdapat 8 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 3 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.18 terdapat 5 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 25 jawaban valid dan 3 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.19 terdapat 8 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 3 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.20 terdapat 7 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 24 jawaban valid dan 2 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.21 terdapat 6 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 24 jawaban valid dan 3 jawaban sangat valid. Untuk atribut K.22 terdapat 7 jawaban yang tidak valid (tidak sesuai dengan ekspektasi), 22 jawaban valid dan 4 jawaban sangat valid

TABEL XI
Data Statistik Deskriptif Kansei Word

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	<i>Minimu</i> <i>m</i>	<i>Maxim</i> <i>um</i>	<i>Mean</i>	<i>Std.</i> <i>Deviation</i>
Tidak_valid	22	3	8	5.36	1.677
Valid	22	20	28	23.36	1.787
Sangat_valid	22	2	7	4.27	1.549
Valid N (listwise)	22				

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas disajikan nilai terendah dari “tidak valid” adalah 3 yaitu atribut K4 (informatif), K5 (nyaman), K11 (kemudahan) yang artinya ketiga atribut tersebut perlu diperbarui lagi dengan cara ringan. Sedangkan nilai tertinggi adalah 8 yaitu atribut K9 (nyaman), K17 (respon positif), K19 (konsisten) yang artinya sangat perlu untuk dilakukan pembaruan. Nilai terendah dari “valid” adalah 20, nilai tertinggi

adalah 28. Nilai terendah dari “sangat valid” adalah 2, nilai tertinggi adalah 7. Kedua kategori ini adalah atribut yang sangat perlu untuk dipertahankan

IV. KESIMPULAN

Hasil uji dari determinasi Adjusted R Square yang diperoleh dari Tabel Model Summary ditemukan bahwa variabel *Toyota Home Service* (THS) mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan yang secara signifikan memiliki pengaruh sebesar 59,7% dan 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipakai dalam penelitian ini. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa atribut valid, valid dimaksudkan bahwa data tersebut sesuai yang diharapkan oleh pelanggan yang menjadi kekuatan bagi *Toyota Home Service* (THS) untuk kedepannya, dan juga ada beberapa atribut yang tidak valid sehingga hal tersebut yang menjadi kelemahan untuk *Toyota Home Service* (THS). Beberapa atribut yang menjadi kekuatan layanan *Toyota Home Service* (THS) yaitu atribut Modern, Kualitas bagus, Ergonomis, Informatif, Aman, Komunikatif, Ramah, Spesifik, Kemudahan, Rapi, Informatif, Sigap, Sopan, Perhatian, Handal, Terlatih, Tanggap, Profesional. Sedangkan untuk atribut yang menjadi kelemahan *Toyota Home Service* (THS) yaitu Nyaman, Konsisten dan Respon Positif terhadap pelanggan sedangkan ada tiga atribut yang bisa mengurangi kepuasan pelanggan ketika menggunakan jasa pelayanan *Toyota Home Service* (THS) yaitu Nyaman, Konsisten dan Respon Positif. Oleh karenanya, ketiga atribut tersebut harus senantiasa dipertahankan jangan sampai pelanggan merasa kecewa

REFERENCES

- [1] G. O. Young, “Synthetic structure of industrial plastics (Book style with paper title and editor),” in *Plastics*, 2nd ed. vol. 3, J. Peters, Ed. New York: McGraw-Hill, 1964, pp. 15–64.
- [2] W.-K. Chen, *Linear Networks and Systems* (Book style). Belmont, CA: Wadsworth, 1993, pp. 123–135.
- [3] H. Poor, *An Introduction to Signal Detection and Estimation*. New York: Springer-Verlag, 1985, ch. 4.
- [4] B. Smith, “An approach to graphs of linear forms (Unpublished work style),” unpublished.
- [5] E. H. Miller, “A note on reflector arrays (Periodical style—Accepted for publication),” *IEEE Trans. Antennas Propagat.*, to be published.
- [6] J. Wang, “Fundamentals of erbium-doped fiber amplifiers arrays (Periodical style—Submitted for publication),” *IEEE J. Quantum Electron.*, submitted for publication.
- [7] C. J. Kaufman, Rocky Mountain Research Lab., Boulder, CO, private communication, May 1995.
- [8] Y. Yorozu, M. Hirano, K. Oka, and Y. Tagawa, “Electron spectroscopy studies on magneto-optical media and plastic substrate interfaces (Translation Journals style),” *IEEE Transl. J. Magn.Jpn.*, vol. 2, Aug. 1987, pp. 740–741 [*Dig. 9th Annu. Conf. Magnetics Japan*, 1982, p. 301].
- [9] M. Young, *The Technical Writers Handbook*. Mill Valley, CA: University Science, 1989.
- [10] J. U. Duncombe, “Infrared navigation—Part I: An assessment of feasibility (Periodical style),” *IEEE Trans. Electron Devices*, vol. ED-11, pp. 34–39, Jan. 1959.
- [11] S. Chen, B. Mulgrew, and P. M. Grant, “A clustering technique for digital communications channel equalization using radial basis

- function networks," *IEEE Trans. Neural Networks*, vol. 4, pp. 570–578, Jul. 1993.
- [12] R. W. Lucky, "Automatic equalization for digital communication," *Bell Syst. Tech. J.*, vol. 44, no. 4, pp. 547–588, Apr. 1965.
- [13] S. P. Bingulac, "On the compatibility of adaptive controllers (Published Conference Proceedings style)," in *Proc. 4th Annu. Allerton Conf. Circuits and Systems Theory*, New York, 1994, pp. 8–16.
- [14] G. R. Faulhaber, "Design of service systems with priority reservation," in *Conf. Rec. 1995 IEEE Int. Conf. Communications*, pp. 3–8.
- [15] W. D. Doyle, "Magnetization reversal in films with biaxial anisotropy," in *1987 Proc. INTERMAG Conf.*, pp. 2.2-1–2.2-6.
- [16] G. W. Juette and L. E. Zeffanella, "Radio noise currents in short sections on bundle conductors (Presented Conference Paper style)," presented at the IEEE Summer power Meeting, Dallas, TX, Jun. 22–27, 1990, Paper 90 SM 690-0 PWRS.
- [17] J. G. Kreifeldt, "An analysis of surface-detected EMG as an amplitude-modulated noise," presented at the 1989 Int. Conf. Medicine and Biological Engineering, Chicago, IL.
- [18] J. Williams, "Narrow-band analyzer (Thesis or Dissertation style)," Ph.D. dissertation, Dept. Elect. Eng., Harvard Univ., Cambridge, MA, 1993.
- [19] N. Kawasaki, "Parametric study of thermal and chemical nonequilibrium nozzle flow," M.S. thesis, Dept. Electron. Eng., Osaka Univ., Osaka, Japan, 1993.
- [20] J. P. Wilkinson, "Nonlinear resonant circuit devices (Patent style)," U.S. Patent 3 624 12, July 16, 1990.
- [21] *IEEE Criteria for Class IE Electric Systems* (Standards style), IEEE Standard 308, 1969.
- [22] *Letter Symbols for Quantities*, ANSI Standard Y10.5-1968.
- [23] R. E. Haskell and C. T. Case, "Transient signal propagation in lossless isotropic plasmas (Report style)," USAF Cambridge Res. Lab., Cambridge, MA Rep. ARCRL-66-234 (II), 1994, vol. 2.
- [24] E. E. Reber, R. L. Michell, and C. J. Carter, "Oxygen absorption in the Earth's atmosphere," Aerospace Corp., Los Angeles, CA, Tech. Rep. TR-0200 (420-46)-3, Nov. 1988.
- [25] (Handbook style) *Transmission Systems for Communications*, 3rd ed., Western Electric Co., Winston-Salem, NC, 1985, pp. 44–60.
- [26] *Motorola Semiconductor Data Manual*, Motorola Semiconductor Products Inc., Phoenix, AZ, 1989.
- [27] (Basic Book/Monograph Online Sources) J. K. Author. (year, month, day). *Title* (edition) [Type of medium]. Volume (issue). Available: [http://www.\(URL\)](http://www.(URL))
- [28] J. Jones. (1991, May 10). *Networks* (2nd ed.) [Online]. Available: <http://www.atm.com>
- [29] (Journal Online Sources style) K. Author. (year, month). *Title. Journal* [Type of medium]. Volume(issue), paging if given. Available: [http://www.\(URL\)](http://www.(URL))
- [30] R. J. Vidmar. (1992, August). On the use of atmospheric plasmas as electromagnetic reflectors. *IEEE Trans. Plasma Sci.* [Online]. 21(3). pp. 876–880. Available: <http://www.halcyon.com/pub/journals/21ps03-vidmar>