

04. Banley (Barcode Scanner Trolley): Keranjang Pintar Pembantu Layanan Pada Kasir

By Farida Pulansari

Banley (*Barcode Scanner Trolley*): Keranjang Pintar Pembantu Layanan Pada Kasir

Rausan Fikri Arman ^{*1}, Fauzan Aufa Mahsa Arifin ², Muhammad Firdaus Kamal ³, I Komang Kusuma Putra ⁴, Farida Pulansari ⁵

^{1,2,3,4,5} University of Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia Raya Rungkut Madya, Surabaya 60294, Indonesia, Phone: (+62-031) 8782179, Fax: (+62-031) 8782257

^{1,2,3} Department of Environmental Engineering, University of Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

^{4,5} Department of Industrial Engineering, University of Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

e-mail: ^{*}rausan69@gmail.com, ²Ama.nazuaf@gmail.com, ³muh.fidauskamal@gmail.com, ⁴komavana48@gmail.com, ⁵farida.ti@upnjatim.ac.id

Abstrak

Pasar modern atau yang biasanya dikenal dengan supermarket telah menguasai sekitar 31% dari total penjualan. Kecenderungan konsumen membeli barang di pasar modern dikarenakan beberapa sebab antara lain: kualitas produk dan sistem pelayanan, lokasi yang nyaman, iklan serta promosi, serta lingkungan gerai. Dengan kecenderungan yang terus meningkat, memungkinkan konsumen akan berbelanja pada waktu-waktu tertentu. Dengan berbelanja pada waktu yang bersamaan akan mengakibatkan waktu mengantri yang terlalu lama untuk mencapai loket kasir. Pada penelitian ini tujuan yang ingin dicapai adalah pengembangan desain BANLEY (*Barcode Scanner Trolley*) yang mampu meminimasi waktu mengantri untuk sampai ke loket kasir. Trolley dilengkapi dengan scanner untuk mengidentifikasi spesifikasi produk, sensor berat yang dapat mengidentifikasi total berat keseluruhan, jumlah produk keseluruhan dan total bayar. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa BANLEY mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli setelah menggunakan produk tersebut.

Kata kunci—Trolley, barcode, waktu

Abstract

The modern market or about 30% of total sales. The tendency of consumers to buy goods in the modern market is due to several reasons, among others: product quality and service system, convenient location, advertising and promotion, and the environment of outlets. With an ever-increasing trend, it allows consumers to shop at certain times. By shopping at the same time will effect in the queue to cashier counter. In this research, the goal is a development of BANLEY (*Barcode Scanner Trolley*). This product can minimize the queue time to get to the counter. The trolley is equipped with a scanner to identify product specifications, a weight sensor that can identify the total weight total, the total number of products purchased and the total payout. The results of statistical tests show that BANLEY is able to give a significant influence on buyers' satisfaction after using the product.

Keywords—trolley, barcode, time

1. PENDAHULUAN

Sistem penjualan yang pada dasawarsa belakangan ini telah didominasi oleh sistem penjualan secara *online*. Penjualan *online* dapat diartikan dengan kegiatan penjualan mulai dari mencari konsumen, memberikan informasi barang yang dijual sampai dengan pengiriman barang ke alamat konsumen dengan bantuan jaringan internet. Akan tetapi bisnis *offline* masih memiliki peminatnya sendiri. Masih banyak konsumen yang keluar masuk swalayan untuk membeli kebutuhan bulanan secara langsung. Konsumen memiliki kepuasan tersendiri dalam memilih produk sesuai dengan selera dan harga yang ditawarkan. Disamping itu juga konsumen dapat melakukan kontak fisik dengan produk secara langsung dengan cara menyentuh, mengoperasikan, ataupun mengamati. Dengan masih banyaknya pembeli yang menggunakan konsep penjualan *offline*, seringkali kita lihat antrian yang panjang di swalayan. Antrian tersebut dikarenakan lamanya seorang kasir untuk melakukan *scan* harga pada tiap-tiap produk yang terdapat pada keranjang belanjaan. Hal ini diperparah pada waktu-waktu tertentu yaitu pada tanggal-tanggal muda setiap bulannya sekitar tanggal 1-8 selepas konsumen menerima gaji. Antrian untuk 1 line akan memakan waktu yang sangat lama. Disamping itu masalah akan bertambah apabila harga dan promosi pada papan informasi tidak sama dengan hasil *scan* kasir. Sehingga kasir perlu waktu untuk mencocokkan data terlebih dahulu.

Dengan permasalahan diatas maka perlulah sebuah pengembangan produk. Pengembangan sebuah produk sangat penting bagi sebuah perusahaan agar supaya perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan hidupnya [1]. Permintaan konsumen akan variasi produk yang tinggi dan siklus hidup produk yang pendek telah menyebabkan perusahaan manufaktur berusaha untuk mengakomodasi fleksibilitas dalam upaya untuk menciptakan produk-produk yang diinginkan oleh konsumen [2]. Ahmad dkk [3] menyatakan bahwa dalam pengembangan produk baru juga harus mempertimbangkan masalah keberlanjutan atau yang biasa dikenal dengan *sustainability*. Disisi lain, Shin dkk [4] juga menyimpulkan bahwa dengan konsep keberlanjutan sangat penting untuk mengetahui dampak terhadap lingkungan dan faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi. Produk baru menurut Booz dkk dalam Kotler [5] dilakukan berdasarkan beberapa kategori yaitu: Produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan lini pada produk yang sudah ada, perbaikan dan revisi produk yang sudah ada, penentuan kembali posisi, dan pengurangan biaya.

Disisi lain perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi dalam perancangan produk baru. Hal ini akan berguna bagi perusahaan itu sendiri sebagai langkah keberlanjutan. Perilaku konsumen baik itu mengenai perubahan dan daya beli menjadi hal wajib dan logis yang harus dipelajari oleh perusahaan [6]. Pengetahuan dan informasi konsumen merupakan bahan untuk proses perancangan produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar yang ada. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chandra [7] bahwa peluncuran sebuah produk dan layanan baru di pasar sangat penting untuk meningkatkan besaran bisnis dan keuntungan perusahaan. Semakin cepat sebuah perusahaan meluncurkan produk barunya di pasaran sedangkan competitor produk yang sama tidak ada sama sekali atau sedikit, maka keuntungan perusahaan akan semakin besar. Hal ini terjadi karena perusahaan tersebut merupakan pioneer produk tersebut. Tentunya hal ini dibarengi dengan kalkulasi harga, strategi marketing, kualitas yang ditawarkan dan segmentasi pasar yang tepat oleh perusahaan.

Permasalahan tersebut diatas dapat diselesaikan dengan BANLEY (*Barcode Scanner Trolley*). Kelebihan yang dimiliki oleh BANLEY adalah: mampu mengidentifikasi harga yang tepat dengan produk. Identifikasi tersebut meliputi nama produk, harga produk, promosi dan spesifikasi produk. Setiap konsumen nantinya cukup menyerahkan keranjang belanjanya/*trolley* kepada kasir dan selanjutnya akan dilakukan proses pembayaran, tanpa harus kasir melakukan *scanning* produk satu persatu. Sehingga yang muncul terakhir pada layar LCD adalah total bayar produk secara keseluruhan. Kelebihan BANLEY lainnya adalah *trolley* dilengkapi dengan sensor berat. Semakin banyak barang yang dibeli maka sensor berat akan bertambah. Sensor ini berfungsi untuk menghindari kecurangan pembeli.

2. METODE PENELITIAN

7

Dalam proses pengembangan produk BANLEY ini melalui 6 tahapan proses, antara lain :

2.1 Fase 0 : Perencanaan Produk

Kegiatan perencanaan sering dirujuk sebagai “zero fase” karena kegiatan ini mendahului persetujuan proyek dan proses peluncuran pengembangan produk aktual. Dalam tahap ini diidentifikasi mengenai detail rancangan produk yang akan dikembangkan. Disamping itu juga pemilihan material juga dipertimbangkan untuk mendapatkan produk yang harganya sesuai kebutuhan pasar, memiliki manfaat besar serta memiliki spesifikasi produk yang kompleks.

1

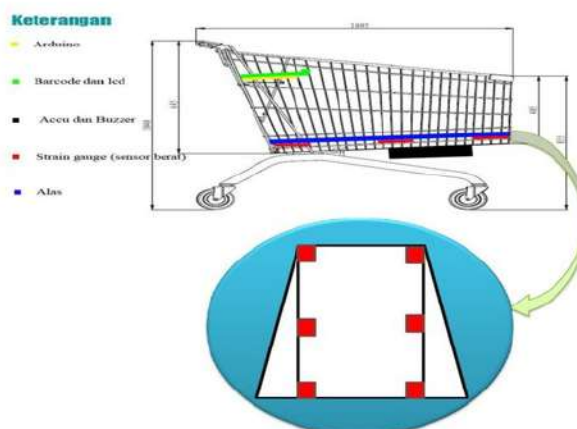
2.2 Fase 1 : Pengembangan Konsep

Pada fase pengembangan konsep, kebutuhan pasar target diidentifikasi, alternatif konsep-konsep produk dibangkitkan dan dievaluasi, dan satu atau lebih konsep dipilih untuk pengembangan dan percobaan lebih jauh. Disisi lain, factor *uniqueness* sebuah produk juga dipertimbangkan. Selain produk dapat memenuhi kebutuhan pasar, produk juga harus memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan produk lain. Keunikan sebuah produk dapat dilihat langsung secara fisik atau teknologi produk tersebut. Keunikan BANLEY ini adalah bahwa produk ini dilengkapi dengan fitur menghitung total harga belanjaan, dilengkapi dengan fitur spesifikasi produk secara detail (harga satuan produk, jumlah produk yang telah dibeli dalam satu keranjang serta *barcode* produk satuan)

10

2.3. Fase 2 : Perancangan Tingkat Sistem

Fase perancangan tingkat sistem mencakup definisi arsitektur produk dan uraian produk menjadi subsistem-subsistem serta komponen-komponen.



Gambar 1. Rancang Bangun BANLEY

Beberapa peralatan dan komponen yang telah tersedia dan siap untuk dirakit dalam membuat BANLEY dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Trolley



Gambar 3. Barcode Scanner

Gambar 4. *Arduino*

Gambar 5. Baterai Li-Poly



Gambar 6. LCD

1

2.4. Fase 3 : Perancangan Detail

Fase perancangan detail mencakup spesifikasi lengkap dari bentuk, material, dan toleransi-toleransi dari seluruh komponen unik pada produk dan identifikasi seluruh komponen standar yang dibeli dari pemasok. Berikut ini spesifikasi komponen-komponen BANLEY:

- A. Scanner Barcode XYL-8202
- B. LCD 2004 Blue Backlight 5V 20x4
- C. Baterai Lipo 11.1v 2200 mAh 8C Lithium Battery Li-Polymer
- D. Load Cell 20kg Strain Gauge (Sensor Berat)
- E. Arduino Mega 2560 with Chip Atmega 16U2 for USB Connection

2

2.5. Fase 4 : Pengujian dan Perbaikan

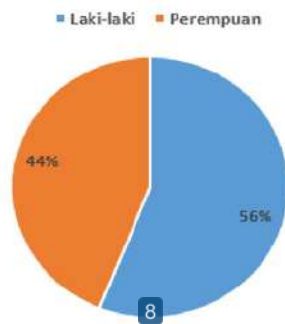
Fase pengujian dan perbaikan melibatkan konstruksi dan evaluasi dari bermacam-macam versi produksi awal produk.

2.6. Fase 5 : Produksi Awal

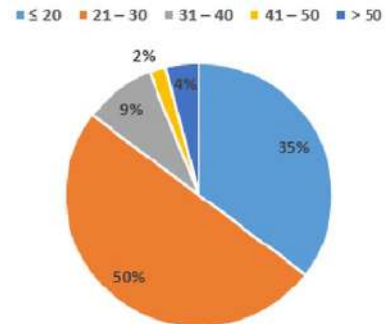
Pada fase produksi awal, produk dibuat dengan menggunakan sistem produksi yang sesungguhnya. Tujuan dari produksi awal ini adalah untuk melatih tenaga kerja dalam memecahkan permasalahan yang timbul pada proses produksi sesungguhnya. Peralihan dari produksi awal menjadi produksi sesungguhnya biasanya tahap demi tahap. Pada beberapa titik pada masa peralihan ini, produk diluncurkan dan mulai disediakan untuk didistribusikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

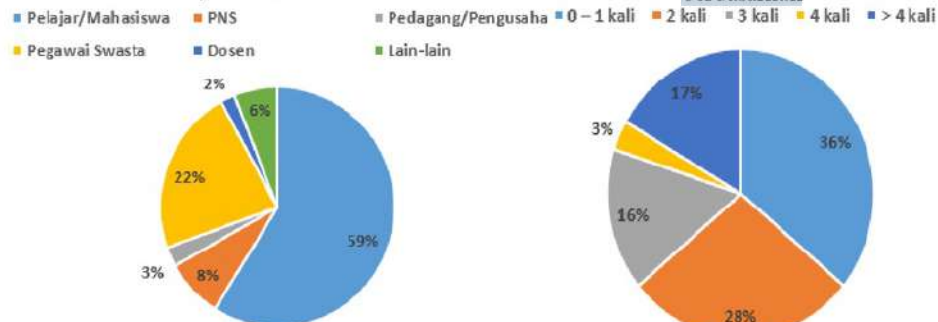
Hasil dari uji pasar yang dilakukan terhadap responden yang berbelanja di Aini Swalayan ditunjukkan dari beberapa uji statistic berikut ini. Jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 150 orang responden. Karakteristik responden diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan per bulan, dan seberapa sering ke swalayan dalam seminggu. Pada gambar 7 sampai dengan 9 akan disajikan mengenai rincian penyebaran kuesioner.



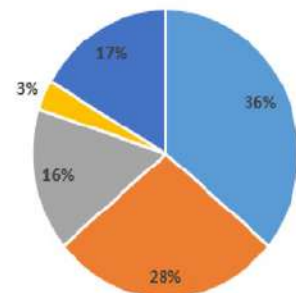
Gambar 7. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



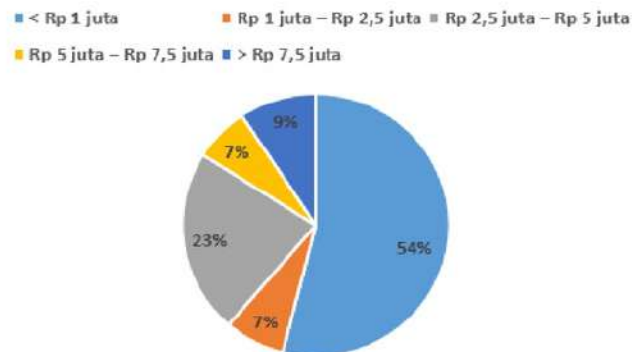
Gambar 8. Karakteristik responden berdasarkan



Gambar 9. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan



Gambar 10. Karakteristik responden berdasarkan seberapa sering ke swalayan dalam seminggu



Gambar 9. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan penghasilan per bulan

3.1 Pengujian BANLEY

Pada tabel 1 menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel keandalan (X1)

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Keandalan (X1)

Pertanyaan	Skor					Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	0	1	34	70	45	4,06
2	0	1	21	53	75	4,35
3	0	0	14	64	72	4,39
Jumlah	0	2	69	187	192	
Persentase (%)	0	0,44	15,33	41,56	42,67	

Berikut ini adalah tabel 2 menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel empati (X2)

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Empati (X2)

Pertanyaan	Skor					Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	0	1	14	64	71	4,37
2	0	4	15	64	67	4,29
3	0	0	8	58	84	4,51
Jumlah	0	5	37	186	222	450
Persentase (%)	0	1,11	8,22	41,33	49,33	

Pada tabel 3 menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	Skor					Mean
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	1	5	43	64	37	3,87
2	1	4	38	69	38	3,93
3	0	0	20	71	59	4,26
Jumlah	2	9	101	204	134	
Persentase (%)	0,44	2	22,44	45,33	29,78	

3.1.1 Uji Validitas

3

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Total responden pada penelitian ini berjumlah 150 orang, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1348. Hasil uji validitas instrumen dari ketiga variabel pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari seluruh data yang dikumpulkan semuanya valid, karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih tinggi dari nilai r_{tabel} yaitu 0,1348.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Butir Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	Nilai r tabel	Keterangan
Keandalan	P1	0,817	0,1348	Valid
	P2	0,835	0,1348	Valid
	P3	0,790	0,1348	Valid
Empati	P1	0,868	0,1348	Valid
	P2	0,872	0,1348	Valid
	P3	0,800	0,1348	Valid
Kepuasan Pelanggan	P1	0,826	0,1348	Valid
	P2	0,831	0,1348	Valid
	P3	0,517	0,1348	Valid

Sumber: pengolahan SPSS (2018)

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, penentuan reliabilitas menggunakan program SPSS.

Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan reliabel.
2. Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tidak reliabel.
3. Variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60

8

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Keandalan (X ₁)	0,832	Reliabel
Empati (X ₂)	0,845	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,794	Reliabel

Sumber: pengolahan SPSS (2018)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel keandalan, empati, dan kepuasan pelanggan lebih dari 0,6 sehingga jawaban yang diberikan responden dapat dikatakan reliabel.

3.1.3 Uji Normalitas

13

Saeful dan Bahrudin (2014) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,50252468
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,068
	Negative	-,069
12 Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Pengolahan SPSS (2018)

Berdasarkan uji statistik normalitas Kolmogrov-Smirnov pada tabel 4.6, menunjukkan pada tabel terlihat bahwa nilai Asymp.sig. (2-tailed) adalah 0,076, sehingga di atas nilai signifikan (0,05). Berdasarkan hal tersebut, maka variabel residual berdistribusi normal.

20

3.1.4 Uji Parsial (Uji-t)

Pada tabel 4.7 dapat dilihat hasil pengujian kuisioner dengan SPSS. Diketahui nilai t tabel dari 150 sampel dengan 2 variabel (X_1 dan X_2) adalah t tabel=1,976.

Tabel 7. Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,864	,981		3,940	,000
	X1	,342	,086	,345	3,987	,000
	X2	,290	,087	,289	3,346	,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Pengolahan SPSS (2018)

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa variabel keandalan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung ($3,987 > t$ tabel). Pada variabel empati (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini terlihat dari nilai signifikan ($0,001 < 0,05$) dan nilai t hitung ($3,346 > t$ tabel).

3.1.5 Uji Serempak (Uji-F)

11

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS seperti pada tabel 8 dapat dilihat pada bagian *coefficient* bahwa model regresi yang diperoleh adalah:

Tabel 8. Uji Serempak (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145,815	2	72,908	35,648	,000 ^b
	Residual	300,645	147	2,045		
	Total	446,460	149			

a. Dependent Variable: Kinerja ASN

b. Predictors: (Constant), Promosi, Mutasi

Sumber: pengolahan SPSS (2018)

17

Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F pada Tabel 4.8 memperlihatkan nilai F-hitung sebesar 35,648 dengan Sig 0,000. Jumlah sampel adalah 150 sampel dengan 2

variabel (X_1 dan X_2), yang mana pada Tabel F, dengan $df_1=2$ dan $df_2=148$, diperoleh nilai F-tabel=3,06. Kondisi F-hitung lebih besar daripada F-tabel ($25,111 > 3,06$) dengan nilai Sig 0,000 yang berarti lebih kecil dari alpha ($0,000 < 0,05$), memberikan arti bahwa secara bersamaan (simultan) variabel variabel keandalan (X_1) dan empati (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4. SIMPULAN

BANLEY merupakan keranjang belanja pintar yang dapat membantu pembeli dalam mengidentifikasi produk yang akan dibeli. Disamping itu juga BANLEY dilengkapi dengan fitur berupa jumlah barang yang terkumpul pada *trolley* dan total harga yang akan dibayarkan oleh pembeli kepada kasir. Uji statistik dilakukan untuk mengetahui respon konsumen terhadap kinerja BANLEY. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa BANLEY mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli setelah menggunakan produk tersebut.

5. SARAN

BANLEY dapat dikembangkan menjadi *trolley* yang memiliki fleksibilitas dan performansi yang tinggi. Dikarenakan BANLEY yang sekarang ini dibuat berdasarkan *constraint* dari Mitra yang memiliki keterbatasan modal, maka pengembangan BANLEY kedepannya dapat dihubungkan dengan *inventory* gudang. Hal ini akan memberikan keuntungan yaitu pemantauan sistem *inventory* dapat langsung dilakukan tanpa harus mengecek secara fisik barang di gudang. Disamping itu fitur *cancel* dapat ditambahkan untuk memberikan kemudahan kepada pembeli apabila tidak jadi membeli barang akan tetapi produk sudah ter *scan* dan masuk pada *trolley*.

5 UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Berdasarkan Surat Penugasan Kreativitas Mahasiswa (PKM) 5 Bidang Tahun 2018 Nomor: 1020/B3.1/KM/2018 yang telah memberi dukungan finansial terhadap penelitian PKMT ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wardiah, N., 2003, Pengembangan produk baru dan model-model evaluasi produk baru, *Jurnal Manajemen Maranatha*, vol 2, hal.93-113.
- [2] Asadi, N., Jackson, M., dan Fundin, A., 2017, Linking product design to flexibility in an assembly system: a case study, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol.28, hal.610-630
- [3] Ahmad, S., Wong, K.Y., Tseng, M.L. dan Wong, W.P., 2018, Sustainable product design and development: A review of tools, applications and research prospects, *Resources, Conservation and Recycling*, Vol.132, hal.49-61.

- [4] Ahmad, S., Wong, K.Y., Tseng, M.L. dan Wong, W.P., 2018, Sustainable product design and development: A review of tools, applications and research prospects, *Resources, Conservation and Recycling*, Vol.132, hal.49-61.
- [5] Kotler, P., 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi I. Jakarta: Prenhallindo
- [6] Indriani, F., 2006, Studi Mengenai Orientasi Inovasi, Pengembangan Produk dan Efektifitas Promosi sebagai sebuah Strategi untuk Meningkatkan Kinerja Produk, *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol. 3, hal..82-92.
- [7] Chandra, S.T.,2015, Analisa Proses Dan Evaluasi Pengembangan Produk Baru, (New Product Development) Pada Ud Raja Maritim, *AGORA*, Vol. 3, hal. 285-292.
- [8] Setyabudhi, A.L., 2017. PERANCANGAN SISTEM KERJA KOMPOR EKONOMIS DENGAN BAHAN BAKAR OLI BEKAS. *Jurnal Teknik Ibnu Sina JT-IBSI*, 2(1).
- [9] Sirait, G. and Setyabudhi, A.L., 2017. Perancangan Sumber Energi Listrik Mini Untuk Peralatan Rumah Tangga. *JURNAL INDUSTRI KREATIF (JIK)*, 1(01), pp.21-30.

04. Banley (Barcode Scanner Trolley): Keranjang Pintar Pembantu Layanan Pada Kasir

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.coursehero.com Internet	86 words — 3%
2	islamiksenter.blogspot.com Internet	82 words — 3%
3	contohaku1.blogspot.com Internet	42 words — 1%
4	www.scribd.com Internet	33 words — 1%
5	docobook.com Internet	33 words — 1%
6	repository.usu.ac.id Internet	31 words — 1%
7	dokumen.tips Internet	29 words — 1%
8	eprints.uny.ac.id Internet	27 words — 1%
9	ejournal.undip.ac.id Internet	23 words — 1%
10	atenkpark.blogspot.com Internet	23 words — 1%

11	Internet	21 words — 1%
12	pub.uni-bielefeld.de Internet	17 words — 1%
13	www.spssstatistik.com Internet	17 words — 1%
14	dspace.cuni.cz Internet	13 words — < 1%
15	text-id.123dok.com Internet	13 words — < 1%
16	majour.maranatha.edu Internet	12 words — < 1%
17	mkstatistikekonomi.blogspot.com Internet	11 words — < 1%
18	ejournal.stiesia.ac.id Internet	10 words — < 1%
19	ljm.ums.ac.id Internet	10 words — < 1%
20	id.123dok.com Internet	8 words — < 1%
21	es.scribd.com Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF