

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.

3.1.1 Sejarah Berdirinya Dan Perkembangan Perusahaan

PO. Safari Dharma Raya berdiri pada tahun 1973. Pada saat itu perusahaan masih berupa perusahaan keluarga dan hanya menyediakan jasa transportasi bis siang dan terk. Bis siang yang beroperasi ini merupakan bis siang antar kota dalam propinsi dengan jurusan Temanggung –Ngadirjo.

Kemudian pada tahun 1974 perusahaan mulai menyediakan jasa pelayanan bis malam dengan jurusan Yogyakarta-Surabaya-Malang dan Yogyakarta-Jakarta dengan jumlah masing-masing bis adalah empat. Sampai pada tahun 80-an kepemimpinan dipegang oleh pemimpin dari luar.

Pada tahun 1981 status perusahaan menjadi PT dengan nama PT Safari Dharma Raya dan mulai saat ini kepemimpinan perusahaan dipegang oleh anggota keluarga. Pada saat ini juga ada penambahan jumlah bis untuk jurusan Yogyakarta-Jakarta dengan jumlah empat untuk ekonomi. Selain itu karena semakin berkembangnya teknologi dan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam persaingan di dunia transportasi, perusahaan kemudian menambah dua bis untuk jurusan Yogyakarta-Jakarta dengan fasilitas lebih baik atau biasa disebut dengan bis executive.

Dengan beropersinya bis executive ternyata semakin memicu perkembangan perusahaan sehingga perusahaan mulai mencoba pada fasilitas super executive untuk jurusan Yogyakarta-Jakarta dengan jumlah empat dan juga menambah dua bis executive jurusan Yogyakarta-Jakarta. Selain itu perusahaan juga tertarik untuk membuka jalur baru lagi yaitu jurusan Yogyakarta-Mataram dengan jumlah enam untuk bis executive dan super executive.

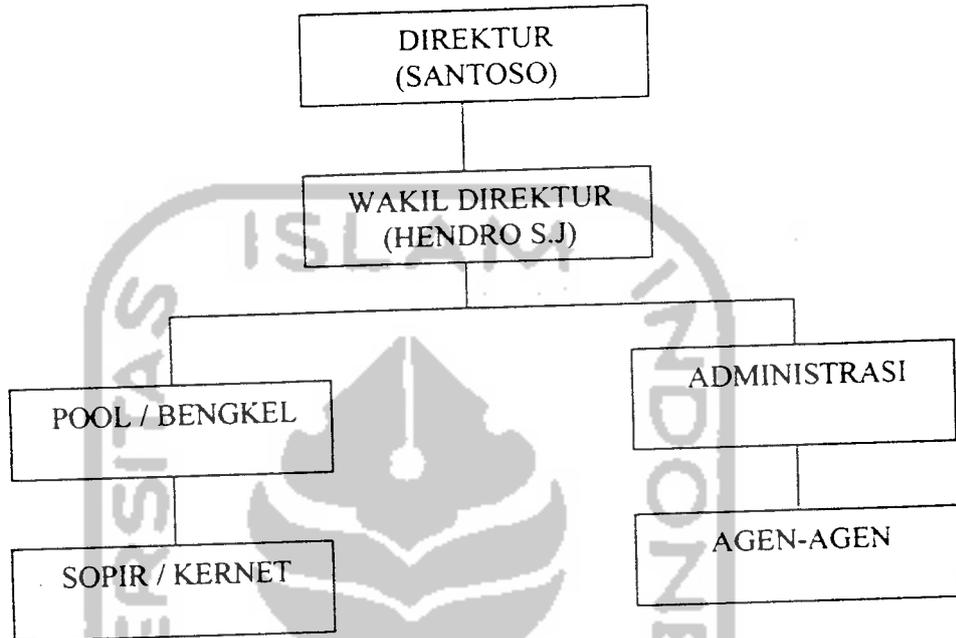
3.1.2 Lokasi Perusahaan

Pada mulanya perusahaan ini berlokasi di Temanggung karena wilayah operasinya adalah di kota Temanggung yaitu di Jalan Pahlawan No. 25. Kemudian karena bis Safari Dharma Raya ini beroperasi di Yogyakarta maka perusahaan membuka kantor perwakilan di Yogyakarta yaitu di Jalan Mangkubumi No. 79, dan untuk kantor yang ada di Temanggung menjadi kantor utama.

3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Walaupun perusahaan ini merupakan sebuah PT akan tetapi struktur organisasinya masih sangat sederhana. Struktur organisasi perusahaan ditunjukkan pada gambar.

Gambar 3.1
 STRUKTUR ORGANISASI
 PO. SAFARI DHARMA RAYA



Sumber: Data primer perusahaan

a. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas dan tanggung jawab yang ada dari masing-masing bagian yang terdapat pada struktur organisasi PT. Safari Dharma Raya adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Tanggung jawab direktur adalah sebagai berikut:

- a. Menangani, mengawasi dan bertanggung jawab terhadap pengolahan perusahaan.
- b. Mengambil keputusan penting yang berhubungan dengan perusahaan.

- c. Mengelola perusahaan secara langsung dan bertanggung jawab terhadap jalannya perusahaan.

2. Wakil Direktur

Tugas dan tanggung jawab wakil direktur adalah sebagai berikut:

- a. Mengambil keputusan penting perusahaan atas persetujuan direktur.
- b. Bertanggung jawab terhadap pengendalian keuangan dan pengawasan perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas pembayaran pajak dan penyempurnaan pengeluaran perusahaan.

3. Pool atau Bengkel

Bertanggung jawab atas kelangsungan, kelancaran, pemeliharaan bis dan memperbaiki bagian-bagian bis yang kurang baik.

4. Sopir dan Kernet

- a. Sopir bertugas mengemudikan bis dengan baik dan bertanggung jawab atas keselamatan penumpang hingga sampai tujuan.
- b. Kernet bertugas menunjukkan tempat duduk penumpang sesuai dengan nomor yang tercantum pada tiket.

5. Administrasi

Bagian Administrasi mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas segala transaksi yang ada dalam perusahaan baik pengeluaran maupun penerimaan kas.

- b. Bertanggung jawab mengatur sopir dan kernet, uang berjalan serta pemkaian bahan baker.
- c. Bertanggung jawab atas segala perlengkapan perjalanan termasuk surat-surat seperti STNK, SIM ijin trayek dan asuransinya.
- d. Mengkoordinasi bagian bengkel yang bertanggung jawab atas kelangsungan, kelancaran dan pemeliharaan bis.
- e. Bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan pemasaran baik itu berupa promosi, distribusi ke agen, dan penjualan tiket.

b. Personalia

1. Jumlah Karyawan

- a. Pool = 30 karyawan
- b. Crew = 181 karyawan
- c. Administrasi = 20 karyawan

2. Hari dan Jam Kerja

- a. Pool : setiap hari kerja dari jam 08.00-16.00 dengan waktu istirahat selama 1 jam.
- b. Administrasi : senin-sabtu dari jam 09.00-17.00 dengan waktu istirahat selama 1 jam.

3. System Penggajian

Dasar yang digunakan untuk pemberian gaji di perusahaan adalah:

- a. Kedudukan dalam struktur organisasi
- b. Masa kerja atau senioritas

Macam gaji yang diberikan pada karyawan adalah:

- a. Gaji tetap
 - b. gaji bonus
4. Tunjangan
- a. Uang makan siang
 - b. THR
5. Jaminan Kerja : Asuransi Tenaga Kerja
- c. Program kesejahteraan karyawan : cuti tahunan selama 12 hari dalam satu tahun.

3.1.4 Pengendalian Mutu Perusahaan

a. Perusahaan melakukan pengendalian mutu terhadap 4P yaitu:

1. Produk

Perusahaan menjual produknya berupa pelayanan angkutan bis malam.

Atribut-atribut yang ada pada PT. Safari Dharma Raya antara lain:

1.a. Bukti Langsung

Meliputi fasilitas-fasilitas fisik seperti:

a. AC/Pendingin Ruangan

Pendingin ruangan merupakan factor pendukung kenyamanan penumpang.

b. Tempat duduk yang bisa diatur (posisi sandarannya)

Untuk kenyamanan penumpang bis, maka perusahaan menyediakan fasilitas tempat duduk yang bisa diatur posisi sandarannya dan dilengkapi sandaran kaki.

c. Toilet

Toilet merupakan fasilitas yang termasuk vital di dalam kendaraan, setiap penumpang dapat menggunakan fasilitas tersebut dengan bebas.

d. Snack dan Makan

Fasilitas untuk makan didapat dengan cara menukarkan voucher atau kupon yang ada pada tiket dan diserahkan kepada pelayan di rumah makan yang sudah bekerjasama dengan perusahaan ini.

e. Bantal dan Selimut

Untuk kenyamanan para penumpang perusahaan menyediakan bantal dan selimut sehingga penumpang bis dapat tidur dengan nyaman.

1.b. Keandalan

Berupa disiplin dalam tempat duduk.

1.c. Daya Tanggap

Karyawan PT. Safari Dharma Raya memberi tahu pelanggan kapan waktu berangkat

1.d. Jaminan

a. Asuransi : maksudnya agar penumpang dapat memperoleh ganti rugi berupa materi atau uang apabila terjadi kecelakaan.

b. Perusahaan menyediakan bis cadangan jika bis yang dijadwalkan tidak dapat berangkat.

1.e. Empati

Perusahaan bersedia menampung kritik dan saran dari pelanggan.

2. Price/Harga

Penetapan harga yang ditetapkan oleh PT. Safari Dharma Raya adalah berdasarkan keputusan Direktorat Jenderal lalu lintas, sehingga perusahaan tidak dapat seenaknya menurunkan dan menaikkan harga.

3. Place/Daerah Pemasaran

Untuk menjangkau pelanggannya, perusahaan membuka agen-agen dan sub agen yang tersebar di wilayah Yogyakarta.

4. Promotion atau Promosi

bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan membuat hadiah berupa payung dan membagikannya kepada pelanggan. Selain itu perusahaan sering menjadi sponsor-sponsor seperti acara pemilihan mas dan mbak di Temanggung.

b. Menjaga Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah cara individu kelompok memandang suatu organisasi. Untuk mempertahankan citra perusahaan, perusahaan memberikan larangan keras kepada para sopir dan kernet untuk menaikkan penumpang di sembarang tempat atau dengan kata lain tidak mempunyai tiket, karena hal ini dapat menurunkan citra perusahaan. Selain itu perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Jika suatu perusahaan jasa dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya, maka perusahaan tersebut akan

mendapatkan loyalitas yang tinggi dari para pelanggan serta mereka akan memberitahu pada saudara, teman dan juga orang lain mengenai kualitas pelayanan yang mereka terima.

3.1.5 Pemahaman Perusahaan Mengenai Pasar Dan Pelanggan

a. Pemahaman Perusahaan Mengenai Pasar

Pemahaman perusahaan mengenai pasar adalah bahwa PT. Safari Dharma Raya ini hanya salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi khususnya bis malam. Kemudian dalam pasar tersebut terdapat banyak sekali perusahaan pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama. Untuk itu, supaya PT. Safari Dharma Raya dapat bersaing dengan pesaingnya maka perusahaan selalu berusaha menciptakan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Pada prinsipnya ada tiga kunci memberikan layanan pelanggan yang unggul yaitu:

1. Kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Mengembangkan database yang lebih akurat daripada pesaing (mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan).
3. Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis.

b. Pemahaman Perusahaan Mengenai Pelanggan

Bagi perusahaan, pelanggan adalah raja. jadi pelanggan harus diperlakukan dengan sebaik mungkin dan jangan sampai pelanggan

tersebut kecewa. Jika pelanggan tersebut kecewa dengan pelayanan yang telah mereka terima maka pelanggan tersebut akan berhenti menjadi pelanggan perusahaan ini dan berganti menjadi pelanggan perusahaan lain.

Untuk itu kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Dalam mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi juga harus melakukan empat hal yaitu:

1. mengidentifikasi siapa pelanggannya
2. memahami tingkat harapan atas kualitas
3. memahami kualitas layanan pelanggan
4. memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survai. Pengamatan langsung pada konsumen untuk mengetahui masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi (Indriarto, N & Supomo, B, 1999:20).

3.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sedang menggunakan jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. Yaitu pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. (Sutrisno Hadi, 1987 :260). Penulis menggunakan metode ini karena dalam populasi yang ada, tidak semua individu mempunyai kesempatan untuk menjadi anggota sampel.

Untuk menentukan jumlah sampel dapat digunakan rumus :

$$n = 0,25 \times \left[\frac{z}{E} \right]^2$$

(Nugroho Budi Yuwono, 1993 :180)

Dimana :

n = besarnya sample

Z = nilai yang digunakan oleh interval keyakinan

E = tingkat kesalahan yang diinginkan

Dengan menggunakan probabilitas atau $\alpha = 5\%$ dan kesalahan yang diinginkan tidak lebih dari 0.01, maka sample dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = 0,25 \times \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 0,25 \times (1,96)^2$$

$$n = 96,04 \approx 100 \text{ orang}$$

Jadi jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.2.3 Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan tertentu.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang lain diluar penelitian. Data ini diperoleh dari buku, majalah, koran serta referensi-referensi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Merupakan cara berpikir dan berbuat sesuatu yang dipersiapkan dengan baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

a. Pengamatan (Survei)

Adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan objek secara langsung dengan tujuan untuk memperoleh data.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Tujuan pembuatan angket adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian dengan kesahihan yang cukup tinggi (Soeratno dan Arsyad, 1995, hlm. 96-97).

c. Wawancara

Data yang diperoleh dari hasil tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden. Peneliti secara umum untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan melalui kuesioner kepada responden.

3.2.5 Pengukuran Variabel

- **Skala Likert**

Skala Likert merupakan alat penskalaan yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok responden tentang fenomena sosial (Sugiyono, 1999). Dalam pengukuran skala Likert ini berisi penting atau tidak penting yang dibagi dalam lima bagian skala terhadap pernyataan-pernyataan (*statement*) yang diajukan peneliti dalam sebuah kuesioner (Sigit, S 1999: 88). Lima bagian skala tersebut masing-masing diberi skor 1, 2, 3, 4, dan, 5. Untuk pernyataan yang bernilai semua positif diberi nilai 5 dan seterusnya sampai pada pernyataan yang bernilai paling negatif diberi nilai 1.

3.2.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, 1998).

1. Sikap konsumen adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap produk dalam masalah yang baik maupun kurang baik.

a. Atribut yang diteliti

- 1). Pelayanan : meliputi pelayanan saat pembelian tiket sampai pelayanan kondektur kepada penumpang.
- 2). Keamanan : berhubungan dengan perlindungan kru terhadap penumpang maupun barang yang dibawa penumpang.
- 3). Kenyamanan : meliputi kebersihan baik itu ruangan, tempat duduk maupun tempat penyimpanan barang, serta kenyamanan tempat duduk penumpang.
- 4). Fasilitas : meliputi fasilitas hiburan, selimut, restorasi, dan toilet.

b. Karakteristik Konsumen

1). Jenis Kelamin

Adalah pria dan wanita.

2). Pekerjaan

Adalah pekerjaan yang dimiliki oleh responden yang terdiri dari pegawai negeri, karyawan swasta, ABRI/pensiunan, pelajar/mahasiswa, dan lain-lain.

3). Pendidikan

adalah pendidikan terakhir yang sudah ditempuh oleh responden, yang terdiri dari SD,SLTP, SLTA,dan AKADEMI/Perguruan tinggi.

4). Usia

Adalah usia yang dimiliki oleh responden sebagai sampel yang terdiri dari :

- usia 15 tahun – 25 tahun

- usia 26 tahun – 35 tahun
- >35 tahun.

5). Tingkat Penghasilan

Adalah tingkat penghasilan yang dimiliki oleh responden sebagai sampel yang terdiri dari :

- Rp. < 350.000
- Rp. 351.000 – 650.000
- Rp. 651.000 – 950.000
- Rp. 950.000 – 1.250.000
- Rp. > 1.250.000

2. Alat ukur variabel

Variabel penelitian diukur dengan kuisisioner, untuk mengetahui sikap konsumen terhadap masing-masing atribut dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert lima skala.

a). Penilaian

Sangat setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Netral (N)	: 3
Tidak setuju (TS)	: 2
Sangat tidak setuju (STS)	: 1

b). Kepercayaan

Sangat percaya (SP) : 5

Percaya (P) ; 4

Netral (N) : 3

Tidak percaya (TP) : 2

Sangat tidak percaya (STP) : 1

3.2.7 Uji Validitas dan Realibilitas**3.2.7.1 Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang hendak diukur. Perhitungan validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan korelasi produk moment pearson, sebagai berikut (Singarimbun dan Efendi, 1989, hal 137)

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana :

r : nilai korelasi produk momen pearson

X : skor masing-masing pertanyaan/pernyataan

Y : skor total (jumlah seluruh X)

Taraf signifikansi yang dipergunakan adalah 5%. Jika koefisien korelasi yang diperoleh \geq daripada koefisien di tabel nilai-nilai kritis r, yaitu pada taraf signifikansi 5%, dan bernilai positif pertanyaan/pernyataan tersebut dinyatakan valid. Proses perhitungan menggunakan program *SPSS 11.0 For Window*. Melalui

perhitungan komputer tidak perlu dicari nilai tabelnya, tetapi dapat langsung diperbandingkan p hitungnya. Jika p hitung $\leq 0,05$, maka pertanyaan/pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.2.7.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Dalam pengukuran reliabilitas digunakan koefisien Alpha Cronbach, sebagai berikut (Nurgiyantoro, Gunawan, dan Marzuki, 2000, hal. 310) :

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

dimana :

- r : koefisien reliabilitas alpha
- k : jumlah butir pertanyaan/pernyataan
- σ_i^2 : varians butir pertanyaan/pernyataan
- σ^2 : varians skor tes

Koefisien reliabilitas dinyatakan reliabel, jika harga r yang diperoleh paling tidak 0,60. Proses perhitungan reliabilitas juga menggunakan program *SPSS 11.0 For Window*.

3.2.8 Teknik Analisis Data

Analisis untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap produk jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya adalah sebagai berikut :

a. Analisis Kualitatif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan factor atau variabel yang berkaitan dengan responden dan atribut produk jasa transportasi. Analisis kualitatif ini dapat diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan responden atas dasar pertanyaan dalam kuisisioner yang diedarkan, kemudian akan dibuatkan tabulasinya dan akan dilakukan penafsiran serta uraian terhadap data tersebut, yaitu dengan cara membaca dan menganalisa data yang ada.

b. Analisis kuantitatif

Yaitu analisis data dengan cara mengolah data yang berupa angka-angkadengan perhitungan statistic, alat analisis yang digunakan adalah

1). Analisa Fishbein (Indeks Sikap)

Model ini mengemukakan bahwa sikap terhadap obyek tertentu didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut obyek yang bersangkutan yang diberi bobot oleh evaluasi terhadap atribut ini.

Secara simbolis model ini digambarkan oleh formula berikut ini :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

dimana :

A_o = Sikap terhadap suatu obyek

B_i = Kekuatan kepercayaan bahwa obyek tersebut memiliki atribut I

e_i = Evaluasi terhadap atribut I

n = Jumlah atribut yang dimiliki obyek

Dalam penelitian ini sikap terhadap obyek ditinjau dari dua segi yaitu penilaian (evaluasi) konsumen terhadap obyek dan segi kekuatan kepercayaan terhadap obyek dan segi kekuatan kepercayaan terhadap obyek.

2). Chi- Square test

Digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya berdasarkan karakteristik jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan usia.

Dalam pengujian ini akan dihadapi pada suatu penyajian apakah terdapat perbedaan frekuensi hasil observasi (f_o) dengan frekuensi yang diharapkan (f_h). Perbedaan antara f_o dan f_h disebut dengan perbedaan yang meyakinkan jika harga kai kuadrat (X^2) sama atau lebih besar dari harga kritik yang ditetapkan pada taraf signifikan tertentu. Besarnya harga kritik pada taraf signifikan tertentu dapat dicari pada table kai kuadrat (X^2) dengan derajat kebebasan.

Dengan dipenuhinya beberapa syarat : $\sum f_o = \sum f_h$

$$\sum (f_o - f_h) = 0$$

Jika kedua perbedaan tersebut dapat dipenuhi maka pengujian dapat menggunakan rumus ;

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Dimana :

f_o = frekuensi hasil observasi

f_h = frekuensi teoritis yang diharapkan

X^2 = tes statistic kai kuadrat

Besarnya harga frekuensi yang diharapkan (f_h) dihitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{\text{jumlahbaris} \cdot \text{jumlahkolom}}{\text{jumlahdata}}$$

Langkah-langkah pengujian hipotesis dengan menggunakan kai kuadrat :

1. menentukan H_0 dan H_a

H_0 = berarti tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya.

H_a = berarti terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya

2. Menentukan taraf signifikan

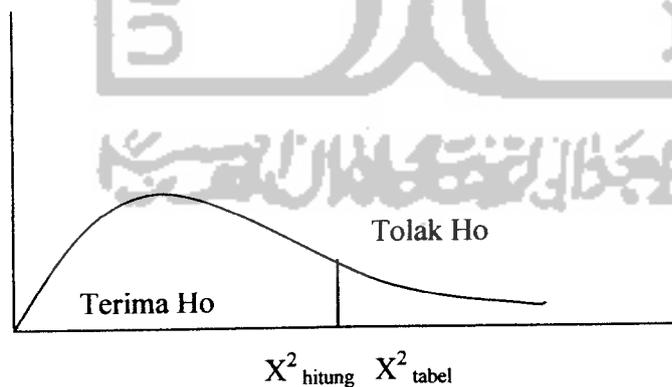
Taraf signifikan yang digunakan 5% dengan mencari di X^2_{tabel}

3. Menentukan kriteria

Tolak H_0 jika $X^2_{\text{hitung}} > X^2_{\text{tabel}}$

Terima H_0 jika $X^2_{\text{hitung}} \leq X^2_{\text{tabel}}$

4. Grafik



5. Menentukan kesimpulan

Terima H_0 jika $X^2_{hitung} \leq X^2_{tabel}$ berarti tidak terdapat perbedaan sikap konsumen pemakai jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya berdasarkan karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan usia.

Tolak H_0 jika $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ berarti terdapat perbedaan sikap konsumen pemakai jasa transportasi PO. Safari Dharma Raya berdasarkan karakteristik konsumen yaitu jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan usia.

