

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian merupakan penelitian yang akan mendeskripsikan kejadian yang terjadi saat ini secara sistematis dan faktual yang bertujuan untuk menyelesaikan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode survei. Penelitian sistem survei ini merupakan pengumpulan informasi untuk mengambil sampel melalui kuesioner atau wawancara secara langsung yang nantinya dapat diuraikan dengan berbagai unsur mahasiswa atau masyarakat yang ada.

Menurut Sugiyono (2016:8) Menyatakan bahwa metode penelitian Kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Tahapan Penelitian

1. Lokasi atau Obejek Penelitian

Penelitian ini mengambil objek di PT.Mesva Kota Metro yang berlokasi di Jl. Raden Intan No.92, Imopuro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34125.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016: 117). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah merasakan pelayanan dari PT. Mesva sebanyak 2 kali atau lebih berdasarkan data dari pihak PT. Mesva Jumlah pelanggan tahun 2020 berjumlah sebanyak 120 Konsumen. (Sumber dari Pegawai PT. Mesva yang bernama Thomas Margono).

3. Sampel

Menurut ilmu statistik, sampel adalah bagian dari populasi. Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat representatif (mewakili). Jika jumlah sampel tidak representatif, maka hasil penelitian tidak bisa mewakili populasi. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (infinite population). Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

n= Keterangan:

n= jumlah sampel

z= skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p= maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik sampling yang di gunakan adalah *accidental* sampling yaitu: pengambilan sampel berdsarkan adanya konsumen yang datang pada saat di lakukan penelitian.

Penentuan sampel yang di gunakan pada penelitian ini memiliki keretria diantaranya sebagai berikut:

- a. Responden yang berusia 18-35 tahun yang merasakan kualitas pelayanan di PT. mesva.
- b. Responden yang sudah mersakan kualitas pelayanan dari PT. Mesva sebanyak 2 kali atau lebih dalam kurun waktu datu tahun.

C. Definisi Oprasional Variabel.

1. Kualitas Pelayanan.

- a. Definisi Koseptual: Kualitas Pelayanan merupakan kegiatan harus mempunyai perananan penting untuk menjaga sikap ramah dan sopan kepada konsumen yang ada agar mereka senang berada di tempat usaha kita, bisa membuat nyaman konsumen berarati satu langka bagus untuk bisa membuar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang kita di berikan, agar konsumen merasa betah berlama-lama di di tempat usaha yang kita miliki. jika konsumen merasa puas akan pelayanan yang di berikan maka konsumen akan menjadi loyal kepada kita, apa lagi kita memeberikan pelayanan yang baik kepada konsumen pasti konsumen akan kembali lagi untuk membeli produk kita yang kita miliki. Pengusaha harus memperhatikan untuk bisa memberikan yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty tangibles*.
- b. Definisi Oprasional: Kualitas Pelayanan merupakan kegiatan harus mempunyai perananan penting untuk menjaga sikap ramah dan sopan kepada konsumen yang ada agar mereka senang berada di tempat usaha kita, bisa membuat nyaman konsumen berarati satu langka bagus untuk bisa membuar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang kita di berikan, agar konsumen merasa betah berlama-lama di di tempat usaha yang kita miliki. jika konsumen merasa puas akan pelayanan yang di berikan maka konsumen akan menjadi loyal kepada kita, apa lagi kita memeberikan pelayanan yang baik kepada konsumen pasti konsumen akan kembali lagi untuk membeli produk kita yang kita miliki. Pengusaha harus memperhatikan untuk bisa memberikan yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty tangibles*. Kualitas Pelayanan dapat diukur menggunakan instrument dengan skala likert yang diberikan kepada usaha PT. Mesva Kota Metro.

2. Kepuasan Konsumen

a. **Difinisi Konseptual:** Kepuasan Konsumen merupakan konsumen jika merasa puas akan yang dia inginkan bisa terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi yang di mau oleh konsumen akan membuat konsumen merasa puas akan yang terpenuhi permintaan atau kemauan yang di dibutuhkan, membuat pelanggan kembali lagi kepada kita. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan apa yang di diharapkan oleh konsumen, pembelinya merasa tidak puas, sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan yang di berikan konsumen akan menjadi loyal kepada kita, pembelinya merasa puas akan merasakan amat gembira atas terpenuhi, Kesesuaian Harapan, Minat berkunjung kembali, Kesediaan Rekomendasi.

b. **Difinisi Operasional:** Kepuasan Konsumen merupakan konsumen jika merasa puas akan yang dia inginkan bisa terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi yang di mau oleh konsumen akan membuat konsumen merasa puas akan yang terpenuhi permintaan atau kemauan yang di dibutuhkan, membuat pelanggan kembali lagi kepada kita. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan apa yang di diharapkan oleh konsumen, pembelinya merasa tidak puas, sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan yang di berikan konsumen akan menjadi loyal kepada kita, pembelinya merasa puas akan merasakan amat gembira atas terpenuhi kinerja, harga. Dan ekspektasi. Kepuasan Konsumen dapat diukur menggunakan instrument dengan skala likert yang diberikan kepada usaha PT. Mesva Kota Metro.

3. Harga.

a. **Difinisi Konseptual:** Harga merupakan suatu yang di rasakan konsumen sebagai suatu pengorbananan yang di lakukan oleh konsumen untuk bisa mendapatkan sesuatu yang dia inginkan dengan cara membelinya dengan uang berupa antara manfaat yang dirasakan dengan suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan pengusaha yang di jual tidak sesuai dengan manfaat produk yang di terima, maka tingkat kepuasan konsumen dapat menurun, dan sebaliknya jika pengusaha menetapkan harga yang nilai jual sesuai yang di terima oleh konsumen,

maka akan menciptakan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyal kepada pengusaha. Konsumen harus memahami sebagai berikut indikator dari harga yaitu Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

- b. Definisi Operasioanl: Harga merupakan suatu yang di rasakan konsumen sebagai suatu pengorbananan yang di lakukan oleh konsumen untuk bisa mendapatkan sesuatu yang dia inginkan dengan cara membelinya dengan uang berupa antara manfaat yang dirasakan dengan suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan pengusaha yang di jual tidak sesuai dengan manfaat produk yang di terima, maka tingkat kepuasan konsumen dapat menurun, dan sebaliknya jika pengusaha menetapkan harga yang nilai jual sesuai yang di terima oleh konsumen, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan dan mencptakan loyal kepada pengusaha. Konsumen harus memahami sebagai berikut indikator dari harga yaitu Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Harga dapat diukur menggunakan instrument dengan skala likert yang diberikan kepada usaha PT. Mesva Kota Metro.

Untuk mengukur variabel-variabel, dilakukan penyebaran kusioner kepada responden. Penjabaran oprasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

Tabel 3 Kisi-Kisi Istrumen.

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
1	Kualiatas Pelayanan (X1)	a. Reliability. b. Responsiveness, c. Assurance. d. Emphaty e. Tangibles	1,2,3,4 5,6,7,8,9 10,11,12,13 14,15,16 17,18,19,20

No	Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
2	Kepuasan Konsumen (Y)	a. Kesesuaian Harapan.	1,2,3,4,5
		b. Minat Berkunjung Kembali.	6,7,8,9
		c. Kesiediaan Merekomendasi	10,11,12,13 14,15,16
3	Harga (Z)	a. Keterjangkauan harga.	1,2,3,4,5
		b. kesesuaian harga dengan kualitas produk.	6,7,8,9,10
		c. kesesuaian harga dengan manfaat.	11,12,13,14
		d. Harga Sesuai kemampuan atau daya saing harga.	15,16,17 18,19,20

Sumber : olahan peneliti 2023

Tabel 4 Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner.

Jawaban	Kategori	Nilai	
		Positif	Negatif
A	Sangat Setuju (SS)	5	1
B	Setuju (S)	4	2
C	Cukup Setuju (CS)	3	3
D	Tidak Setuju (TS)	2	4
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Olahan peneliti 2023.

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.

1. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut;

1. Metode Observasi (Pengamatan).

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian khususnya di konsumen PT. Mesva dan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

2. Metode Angket (Kuesioner).

Metode angket atau kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden (orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yg diajukan untuk kepentingan penelitian), terutama pada penelitian survei. Dalam hal ini penulis membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kemudian dijawab oleh responden/sampling. Dan bentuk angketnya adalah angket tertutup, yaitu angket yang soal-soalnya menggunakan teknik pilihan ganda atau sudah ada pilihan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dikehendaki. Pada pelaksanaan penelitian ini diarahkan untuk mengisi angket tersebut berdasarkan keadaan diri mereka sebenarnya. Data yang diperoleh dari angket adalah skor kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen, dan Harga.

3. Metode Dokumenter.

Metode dokumenter adalah alat pengumpulan datanya disebut form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia. Seperti halnya kehadiran siswa dalam mengikuti acara-acara pelajaran di kelas, dokumennya terlihat pada daftar hadir siswa. Metode ini juga digunakan untuk memperoleh data tentang;

- 1). Profil PT. Mesva Kota Metro.
- 2). Struktur Organisasi PT. Mesva Kota Metro.
- 3). Denah Lokasi PT. Mesva Kota Metro.
- 4). Data Pegawai PT. Mesva Kota Metro.
- 5). Data Sarana dan Prasarana PT. Mesva Kota Metro.

E. Instrument Penelitian

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015: 1999). Peneliti membagikan kuesioner kepada responden berupa pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan dengan alternative-alternative jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik yang dipakai dalam pengukuran kuesioner menggunakan agree-disagree scale. Skala ini mengembangkan pertanyaan dalam berbagai rentang nilai.

F. Teknik Analisis Data.

1. *Library Research/Riset* kepustakaan.

Library Research dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang berasal dari literatur dan karya ilmiah yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

2. *Field Research*/Penelitian lapangan.

- a. Observasi .

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan pengamatan dan pengumpulan data.

- b. Wawancara.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan cara tanya jawab baik lisan maupun tulisan dari narasumber yang dapat dipercaya untuk dimintai suatu informasi. Menurut Sugiyono (2016:126) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada pemilik PT. Mesva.

c. Angket.

Metode angket adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang di gunakan untuk memperoleh informasi sampel dalam arti laporan pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui mengenai topik penelitian.

G. Pengujian Analisis Instrumen.

1. Uji Validitas

Validasi menurut Sugiyono, (2017:121) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas adalah r hitung $>$ r tabel. Jika memenuhi kriteria tersebut maka suatu data dinyatakan valid. Untuk melakukan uji validitas dapat menggunakan teknik pearson product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefesien Korelasi antara x dengan y

n = Jumlah Responden Uji Coba

X = Skor Tiap Item

Y = Skor Seluruh Item Responden Uji Coba

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2016:57). Uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur kuesionar yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan software SPSS 25 dengan metode Cronbach's

Alpha lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan adalah $r1 = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$

Keterangan:

r_1 = Reliabilitas instrumen

n = Banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varians total

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat distribusi normal antara variabel terikat dan variabel bebas (Ghazali, 2018). Apabila distribusi data normal atau mendekati normal, berarti model regresi adalah baik. Pengujian untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan uji statistik non-parametrik. Uji statistik non parametrik yang digunakan adalah uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (1- Sample K-S). jika hasil dari signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan hasil angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

2. Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk apakah dua variable mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan test for linearity dengan pada taraf 0,05. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (Linearity) kurang dari 0,05.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji varian residual apakah memiliki kesamaan atau tidak (Ghazali, 2018). Untuk mendeteksi terjadi gejala heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Rank Spearman dengan bantuan SPSS 25. Yaitu mengkorelasikan nilai unstandardized residual dengan masing-masing variabel independen. Kriteria suatu data tidak terjadi heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikan atau Sig > 0,05.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang ditetapkan untuk analisis regresi linier berganda yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas dimana akan diukur pengaruh antara masing-masing variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (Ghazali, 2018). Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka variabel tersebut memiliki indikasi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF kurang dari 10 maka variabel tersebut memiliki indikasi non multikolinearitas.

I. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi (variabel intervening) dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti menggunakan beberapa analisis, analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Analisis Regresi Linier Berganda.

Permasalahan regresi linier berganda sebagai berikut
Menurut Ghazali, (2018:277) Untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen, digunakan persamaan regresi linier berganda (*multiple linier regression method*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

Z = Variabel Intervening (Harga)

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen)

e = Error or them

J. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T ini dilakukan dengan membandingkan nilai statistik T dengan nilai kritis menurut tabel. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

K. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F ini digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Dan uji statistik F ini dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan dari uji F dengan nilai F menurut tabel. Apabila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis diterima.

L. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai determinasi terletak antara nol dan satu. (R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai adjusted r square (R²). Nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

M. Analisis Regresi Variabel Mediasi Dengan Metode Kausal Step

Variabel mediasi atau intervening merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Menurut Baron dan Kenny yang dikutip Munawaroh, dkk (2015) untuk menguji analisis variabel mediasi dilakukan dengan metode kausal step. Adapun langkah-langkah dalam menggunakan Metode Kausal Step adalah:

1. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel mediasi (Z).

3. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan memasukkan variabel interveningi ukuran (Z).
4. Menarik kesimpulan apakah variabel Intervening tersebut menintervening secara sempurna (perfect Intervening) atau Interveningi secara parsial (partial Intervening).

Langkah-Langkah tersebut dalam bentuk persamaan ini sebagai berikut:

1. Penguji pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_1 \leq 0$: Tidak terdapat Analisis Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen

Ha : $\beta_1 > 0$: Terdapat Analisis Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen

2. Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_1, \beta_2, \leq 0$: Tidak terdapat Analisis Kualitas Pelayanan,
terhadap kepuasan Konsumen

Ha : $\beta_1, \beta_2, > 0$: Terdapat Analisis Kualitas Pelayanan,
terhadap kepuasan Konsumen

3. Pengujian pengaruh X_1 , terhadap Y yang di intervening Harga

Ho : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: Tidak terdapat Analisis Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Konsumen yang di interveningi
oleh Harga.

Ha : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, > 0$: Terdapat Analisis Kualitas Pelayanan,
Terhadap Kepuasan Konsumen yang di intervening
oleh Harga.