Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Susu Pasteurisasi Di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU JABAR)

Oleh:
Sany Mulyana
Sanymulyana23@gmail.com

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstract *- This research analyses and to study The Product Quality and Price to Customer Satisfaction. This research aims to examine the hypothesis that relate with the effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction. The method used in this research is descriptive method with quantitative approach. The population of this research totaled 50 with the sensus or the whole as sample withdrawal technique. The research method used are multiple linear regression alnalysis, pearson correlation, and determination coefficients, as well as the F test and T test by using SPSS 17 for windows.The results showed The Product Quality ,Price and Customer Satisfaction in North Bandung's Cattle Farmers Cooperative in the category that good enough. The results of hypothesis testing concluded that product quality has significant effect on customer satisfaction in North Bandung's Cattle Farmers Cooperative. The price has significant effect on customer satisfaction in North Bandung's Cattle Farmers Cooperative. Product Quality and Price have a significant effect on Customer Satisfaction in North Bandung Cattle Breeders Cooperatives.*

Keywords : Product Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu kegiatan untuk menghasilkan keuntungan baik dalam menjual produk ataupun jasa, Bisnis di Indonesia sudah sangat banyak, dari perusahaan mikro sampai perusahaan besar sehingga persaingan bisnis semakin kompleks.

Koperasi adalah salah satu pilar utama selain Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Swasta dalam sistem perekonomian Indonesia. Namun di antara pilar penyangga perekonomian nasional Indonesia tersebut, koperasi di Indonesia hanya diidentikkan sebagai organisasi yang membantu kalangan masyarakat bawah.

Meskipun beberapa koperasi di Indonesia sebenarnya sudah bisa dikatakan memiliki unit usaha besar dengan omset milyaran yang tidak kalah dengan BUMN dan perusahaan swasta, peran koperasi di Indonesia belum optimal dalam meningkatkan perekonomian rakyat.

Berbeda dengan koperasi di negara maju, koperasi mampu bersaing dan menjadi pemain besar bahkan di sektor perbankan dan pertanian. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) merupakan salah satu koperasi yang berada di Jawa Barat dan bergerak di bidang olahan susu murni, didirikan pada tahun didirikan pada tahun 1971, dan mendapat pengesahan Badan Hukum No.4891/BH/DK-10/20 tanggal 8 Agustus1971.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang penulis ambil berdasarkan latar belakang penelitian, yaitu:

1. Bagaimana kualitas produk pada KPSBU JABAR
2. Bagaimana harga pada KPSBU JABAR
3. Bagaimana kepuasan pelanggan pada KPSBU JABAR
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada KPSBU JABAR
5. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan KPSBU JABAR
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan KPSBU JABAR

Maksud dan Tujuan Penelitian:

Maksud Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk KPSBU JABAR sehingga konsumen tidak membeli produk lainnya yang sudah menguasai pangsa pasar, bagi kepentingan penelitian yang berfungsi sebagai bahan analisis yang akan dipakai dalam kegiatan penelitian penulis, untuk menentukan hasil akhir dari pemecah masalah.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk pada KPSBU JABAR.

2. Untuk mengetahui harga pada KPSBU JABAR.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada KPSBU JABAR
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada KPSBU JABAR
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada KPSBU JABAR
6. Untuk mengatahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan KPSBU JABAR

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Praktis

1. Bagi perusahaan
   Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan.Kegunaan Akademis
2. Bagi Peneliti Lain
   Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, kualitas jasa, Kepuasan Pelanggan.
3. Bagi Penulis Sendiri
   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan. melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotller dan Amstrong (2012:283) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Indikator kualitas produk menurut (Tamimi, et al 2015) yang mengemukakan bahwa terdapat empat komponen atau indikator, yaitu:

1. Kinerja.
2. Keistimewaan.
3. Daya Tahan,
4. Keindahan.

Harga

Menurut Swastha (2009;185) Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendpatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanya.

Menurut (Bowo, et al 2013) ada beberapa indikator dari Harga yaitu :

1. Harga Produk Terjangkau.
2. Harga Produk Kompetitif dengan produk mrek lain.

3. Harga Sesuai dengan Kualitasnya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi keridaksesaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.
Menurut Tjiptono (1997;24) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai "suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa". Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) indikator kepuasan pelanggaan ada 3 yaitu:

1. Kesesuaian Harapan.
2. Minat Berkunjung kembali.
3. Ketersediaan Merekomendasikan

Kerangka Pemikiran

Perusahaan harus terus memperbaiki analisa maupun peninjauan dunia bisnis untuk terus dapat berkompetisi dengan perusahaan lain. Salah satu hal yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan adalah melakukan pengamatan terhadap Kualitas produk yang dituju dari perusahan. Selain itu juga, kualitas produk dapat membentuk kepuasan Pelanggan.

Harga merupakan hal yang menguntunkan perusahaan jika perhitungkan dengan baik dalam kondisi lingungan bisnis yang terus berubah – ubah. harga yang baik akan membuat kelangsungan hidup perusahaan semakin membaik kedepannya

Kepuasan Pelanggan merupakan keberadaan yang sangat penting bagi perusahaan. Semua perusahaan yang beroperasi tentunya menginginkan sebuah kesan dari pelanggan setelah menerima produk yang telah mereka beli. Perusahaan haruslah mengamati pasar mereka dan berkomitmen dalam melakukan pembelajaran agar bisa menciptakan suatu produk yang lebih unggul dari para pesaingnya.

Hipotesis

Menurut Umi Narimawati (2007:73) "Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugan sementara mengenai hubungan antar variable yang akan diuji kebenernnya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung iplikasi yang lebih jelas terhadap pengujian yang dinyatakan:.

Hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Sub Hipotesis
   H1:Terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara

H2 : Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara

b. Hipotesis Utama
H1 : Terdapat Kualitas Produk pasar dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara

Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara.

Menurut Sugiyono (2005:21) Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa "metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh atau sensus yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 50 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk mengalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan menggunakan software SPSS 17 diperoleh hasil sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan = 3.189+ 0.422(Kualitas Produk) + 0.039 (Harga)

C = 3.189 Artinya jika Kualitas Produk dan Harga bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka Kepuasan pelanggan akan bernilai sebesar 3.189

β_1 = 0,422 Artinya jika setiap peningkatan yang terjadi pada Kualitas Produk sebesar satu satuan, maka akan berdampak pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,422

β_2 = 0,039 Artinya jika setiap peningkatan yang terjadi pada Harga sebesar satu satuan, maka akan berdampak pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,039

UJI ASUMSI KLASIK

UJi Normalitas

Untuk mendeketeksi model regresi berdistribusi normal atau tidak digunakan uji kolmogorov-smirnov,

dengan ketentuan data berdistribusi normal jika nilai sig berada di atas 0,05. Dengan menggunakan software SPSS 17 deiperoleh hasil perhitungan nilai kolmogorov Smirnov sebesar 0,634 lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukan bahwa data berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi untuk dilakukan pengujian regresi.

Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF *(Variance Inflation Factor)* harus kurang dari 10 dan angka tolerance lebih dari 0,1. Berdasarkan nilai VIF yang di peroleh yaitu 1.705 < 10 dan nilai tolerance 0,587> 0,1. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolineritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model tersebut memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi

Analisis Korelasi

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan kedua variabel independen (Kualitas Produk dan Harga secara simultan dengan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai korelasi sebesar 0.936 menunjukkan bahwa hubungan dalam kriteria hubungan yang tinggi karena berada pada interval (0,81-1,00) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang tinggi antara Kualitas Produk dan Harga dengan Kepuasan Pelanggan
2. Keeratan hubungan antara Kualitas Produk (X_1) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,933 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Kualitas Produk makan akan diikuti dengan tingginya Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien Korelasi , angka sebesar 0,933 termasuk dalam kategori hubungan yang tinggi karena berada pada rentang interval (0,81-1,00).
3. Keeratan hubungan antara Harga (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,656 menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Harga makan akan diikuti dengan tingginya Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien Korelasi , angka sebesar 0,656 termasuk dalam kategori hubungan yang cukup tinggi berada pada rentang interval (0,61-0,81)

Analaisis Koefisien Determinasi

Dari hasil yang diperoleh tampak nilai R square sebesar 0,876 atau 87,6% menunjukkan bahwa Kualitas Produkr dan Harga secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 87,6% sedangkan sisasnya 12,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 80.1% dan Harga sebesar 75% , sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Kualitas Produk dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 80.1%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

   Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

   Secara parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05 ; 50 – 2 – 1 = (0.05 ; 47) yaitu 1.678, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (18.301>1.678) dan sig (0.000< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara.

   Orientasi Pembelajaran terhadap keunggulan Bersaing

   Secara parsial Harga terhadap Kepuasan Pelanggan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untuk df = (α ; n-k-1) = 0.05 ; 50 – 2 – 1 = (0.05 ; 47) yaitu 1.678, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2.006>1.678) dan sig (0.048< 0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

   Kualitas Produk dan Harga terhdap Kepuasan Pelanggan didapatkan nilai f_{hitung}sebesar 329.202, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untukdf1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 50 – 3 = 47 sehingga didapat f_{tabel} (2 ; 47) sebesar 3.18 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (329.202>3.18) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara

Kesimpulan dan saran

Kesimpulan

1. Kualitas produk yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu kinerja, keistimewaan, daya tahan dan keindahan. Indikator kinerja berada di kategori cukup baik dengan persentase tertinggi, sedangkan indikator keindahan berada di kategori cukup baik dengan persentase terendah di banding indikator lain. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan kualitas produk masih perlu ditingkatkan kembali.
2. Harga yang ada di KPSBU Jabar berada pada kategori baik, terdiri dari 3 indikator yaitu harga produk terjangkau, harga produk kompetitif dengan produk lain, dan harga produk sesuai dengan kualitasnya. Indikator harga produk sesuai dengan kualitasnya memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator harga produk terjangkau memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Harga yang ditetapkan sudah sesuai.
3. Secara keseluruhan variabel Kepuasan pelanggan terdiri dari 3 indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan menghargai masukan berada pada kategori cukup baik. Indikator menghargai masukan memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator kesesuaian harapan memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Maka dari itu Kepuasan pelanggan diharapkan perlu ditingkatkan agar sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Secara parsial, pegaruh antara kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis nilai T hitung yang memiliki hasil lebih besar dari pada T tabel yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan pada KPSBU Jabar.
5. Secara parsial, pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis nilai T hitung yang memiliki hasil lebih besar dari pada T tabel yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari

Kompetensi terhadap Kepuasan pelanggan pada KPSBU Jabar.

6. Secara simultan, hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis nilai F hitung yang memiliki hasil lebih besar dari pada F tabel yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan pelanggan di KSPBU Jabar.

Saran

1. Penerapan Kualitas produk masih berjalan cukup baik pada KSPBU Jabar, namun adapun hal yang disarankan adalah lebih meningkatkan kualitas produknya dan tampilan kemasannya di buat semenarik mungkin agar pelanggan lebih tertarik terhadap produk pasteurisasi yang ada di KPSBU.
2. Harga yang ada di KPSBU Jabar sudah berjalan dengan baik. Maka dari itu pihak perusahaan diharapkan lebih mampu untuk tetap memberikan harga terbaik dan terjangkau untuk konsumen dengan disesuaikan kualitas produk yang dijual tersebut.
3. Kepuasan pelanggan pada pelanggan susu pateurisasi sudah berjalan cukup baik. Oleh karena itu adapun yang disarankan oleh peneliti yaitu dengan memberikan kepuasan yaitu dengan menyediakan varian rasa sesuai dengan selera konsumen.
4. Pengaruh antara Kualitas produk terhadap Kepuasan pelanggan pada pelanggan Susu Pasteurisasi KPSBU Jabar bisa dibilang baik, pada kondisi ini bisa di manfaatkan oleh perusahaan dengan selalu memperhatikan sterilisasi produksi untuk menghasilkan produk yang diharapkan konsumen untuk mencapai kepuasan pelanggan.
5. Pengaruh antara harga terhadap Kepuasan pelanggan pada pelanggan Susu Pasteurisasi KPSBU Jabar bisa dibilang baik, pada kondisi ini kesesuain harga pada saat memjual produk menjadi aspek penting bagi pihak perusahaan dalam penetapan tersebut karena akan berdampak pada kepusan pelanggan yang diharapkan
6. Pengaruh antara Kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan pelanggan pada pelanggan Susu Pasteurisasi KPSBU Jabar

bisa dibilang baik, pada kondisi ini hal yang bisa menjadi titik berat bagi konsumen untuk ingin mengeluarkan budget yang dimilikinya dalam membelu suatu produk karena ingin memenuhi hasrat dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Ani Tristiana, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125 Volume 5, Nomor 6, Juni 2016 ISSN : 2461-0593

Bowo, Koko Arie., Abdul Hoyyi, Moch. Abdul Mukid. Tahun 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Notebook Merek Acer".Journal Gaussian. Vol 2, No 1,p.29-38

Kotler P. dan K. L. Keller. 2008. Manajemen Pemasaran.Edisi 12. Penerbit Erlangga. Jakarta.
_____. 2009. Manajemen Pemasaran.Edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
J. E. Sutanto. 2009. Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi, dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Keuangan. Jurnal Kinerja Volume 13 No.2

Kotler and Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

McCarthy & Perreault . 1993 . Dasar – Dasar Pemasaran. Erlangga : Jakarta

Monica Maria, Mohamad Yusak Anshori, Jurnal Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake Tahun 6. No. 1, April 2013

Soleh, Muhammad (2005), Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi LoyalitasPelanggan Di Hotel Riyadi Palace Sala, Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Bandung.

Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. Politeknik Negeri Semarang.

Tamimi, Prana Sabrina. Tahun 2015. " Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Dell di Kota Semarang". Diponegoro Journal of Social and Political of Science. p.1-10