



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM FOTO COPY  
(Di Dusun Vi Kelahang Desa Labuhan Maringgai Lampung Timur)**

*Oleh:*

*Hastina Dewi*

*hastinadewi026@gmail.com*

*STAI Darussalam Lampung*

<b>Received:</b> 2023-05-12	<b>Revised:</b> 2023-06-10	<b>Aproved:</b> 2023-06-25
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

**Abstract (English)**

*This research aims to determine the effect of price and service quality on consumer satisfaction in photocopier MSMEs in VI Kelahang Village, Labuhan Maringgai District. Using a quantitative correlational research approach with a non-experimental type that uses ex post facto. This research sample used a random sampling method and obtained a total of 228 consumers from photocopying MSMEs in VI Kelahang Hamlet, Labuhan Maringgai District. The data analysis techniques used are the Classic Assumption Test, (Normality Test, Linearity Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test), Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Test (t Test and F Test), and Coefficient of Determination. The research results show that partially there is a positive and significant influence between price and service quality on consumer satisfaction, while simultaneously there is an influence of price and service quality on consumer satisfaction.*

**Keywords :** *Price, Quality of Service, Costumer Satisfaction*

**Abstrak (Indonesia)**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif korelasional dengan jenis non eksperimen yang menggunakan ex post facto. Sampel penelitian ini menggunakan metode random sampling dan diperoleh sebanyak 228 jumlah konsumen pada UMKM fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan*

*konsumen, sedangkan secara silmultan terdapat ada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.*

**Kata Kunci:** *Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

#### **A. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi pada saat ini sangatlah canggih dan berkembang pesat. Sehingga pada saat ini masyarakat khususnya pada kalangan (dewasa, remaja, anak-anak) tidak akan lepas dari teknologi internet yaitu pada hp, komputer, mesin. Teknologi informasi saat ini sangat berpengaruh pada dunia bisnis dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin maju dengan mengikuti perkembangan zaman. Dalam mengikuti perkembangan teknologi maka UMKM fotocopy di dusun VI kelahang ini menyediakan media belanja online seperti aplikasi yang dikeluarkan oleh kemendikbud Bapak Nadiem Anwar Makarim yaitu aplikasi SIPLah Bli Bli dan juga dapat melakukan pemesanan fotocopy, percetakan lewat aplikasi WhatsApp. Bisnis dapat mendorong perekonomian suatu negara sebagai menyediakan berbagai sarana yang bisa memperbaiki standar kehidupan. Pada saat ini dunia bisnis banyak yang ditekuni masyarakat. Perekonomian di Indonesia mulai mengalami kemajuan dan berdampak terhadap kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat di Indonesia memulai usaha, jadi angka pengangguran negara kita berkurang. Dalam dunia bisnis harus memperhatikan hal yang paling terpenting yaitu pada konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Bisnis fotocopy ini salah satu usaha teknologi yang berkembang pesat yaitu usaha dalam sektor perlengkapan alat tulis kantor. Usaha mikro kecil menengah dalam bidang fotocopy ini sudah di dirikan pada tahun 2017 dan sudah mempunyai ijin operasional. Hal ini menjadikan peluang usaha fotocopy yang begitu menjanjikan, berawal dari mempunyai mesin fotocopy satu dan alat tulis kantor seadanya dengan modal seadanya. Bisnis penggandaan, penjualan ATK dan fotocopy hampir setiap aspek di kehidupan kota ataupun desa sangat memerlukan penggandaan dan jasa fotocopy dalam skala besar maupun skala kecil. UMKM Fotocopy di dusun VI

kelahang merupakan suatu usaha mikro yang dijalankan oleh perorangan, dalam sebuah fotocopy tidak hanya menggandakan tulisan/gambar melainkan ada berbagai jenis produk peralatan kantor meliputi kertas, pensil dan penghapus, pulpen, penggaris, gunting, tipe x (stipo),

penjepit kertas, isi ulang tinta stempel dan print, perforator, staples, spidol, buku catatan, buku gambar, buku tulis map, otner amplop, selain itu juga bisa melayani pengetikan, percetakan dan melayani penjualan pulsa, pembayaran token listrik. Perlengkapan kantor dijual dengan harga yang terjangkau. Meskipun harganya murah, namun konsumen yang datang fotocopy sangat bervariasi tanpa membedakan strata sosial. UMKM Fotocopy di dusun VI kelahang ini ramai dikunjungi karena selain lokasi yang sangat strategis, nyaman, dan harga perlengkapan alat tulis kantor dan kualitas pelayanan konsumen cukup baik sehingga konsumen merasa puas saat menggunakan jasa fotocopy. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada UMKM Fotocopy di dusun VI kelahang maka terdapat permasalahan yang pertama pada penetapan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga pada suatu produk penggandaan jasa fotocopy menjadi sebuah ukuran seseorang untuk membeli sebuah produk. Namun kenyataannya harga juga menjadi sebuah tolak ukur untuk menentukan berapa nilai produk tersebut, namun akhir-akhir ini harga produk sering berubah-ubah dikarenakan distributor memberi harga yang juga berubah menjadikan penjual memberikan harga kepada konsumen juga naik turun tidak harga stabil. Selain itu permasalahan yang kedua pada kurangnya kualitas pelayanan terhadap konsumen adalah urutan yang tidak sesuai, dan sistem jam kerja yang tidak sesuai menjadikan konsumen merasa sedih dan kepuasan konsumen mengalami penurunan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Santoso, 2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tetapi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, harga dapat berpengaruh

terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mariansyah, 2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **B. Pembahasan**

### **1) Kajian Teori**

#### **a. Harga**

Harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk (Lane, 2009). Tujuan penetapan harga menurut (Rewoldt et al., 1991) antara lain penetapan harga untuk mencapai suatu target pasar, penetapan harga untuk mengatasi atau mencegah persaingan, penetapan harga untuk memaksimalkan laba, dan stabilisasi harga dan margin. Menurut Basu Swastha dalam Anggar, (2012) dalam (Samsurijal Hasan, 2020) ada 7 faktor penting yang mempengaruhi penentuan harga yaitu keadaan perkenomian, permintaan dan penawaran pasar, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan penjual, serta pengawasan pemerintah. Indikator harga dalam penelitian ini adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan potongan harga.

b. Kualitas Pelayanan

Usaha pemenuhan kebutuhan, kualitas yang mencakup produk jasa dan lingkungan dengan secara cepat suasana yang berubah, hal ini yang meliputi suatu bagian utama kualitas pelayanan (Erinawati & Syafarudin, 2021). Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ekspektasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benar-benar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli secara berulang-ulang (Tjiptono, 2014). Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut (Hartini S, 2017) yaitu jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, jasa yang diapresiasi dan jasa yang diharapkan. Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

c. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari perbandingan kesan mereka terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk yang diharapkan mereka (Philip Kotler, 1997). Selain itu kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai evaluasi pembeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk/jasa yang dipilih setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui harapan pembeli sebelumnya, apabila tanggapan mereka tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka yang terjadi konsumen merasa tidak puas (Hartini S, 2017). Indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah kinerja, menciptakan word-of-mouth dari mulut ke mulut, membeli kembali, ekspektasi, dan menciptakan citra merek. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu emosi konsumen, kepuasan konsumen terhadap

produk (Istiatin, 2015).

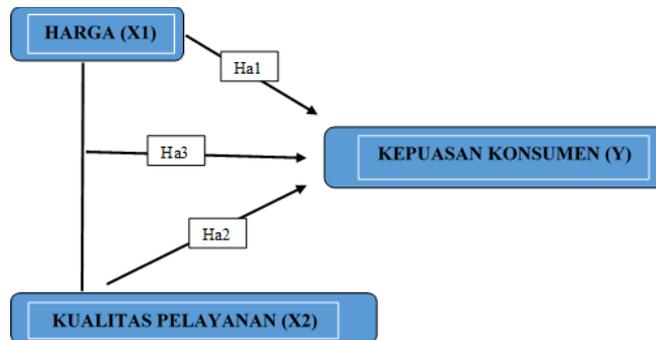
d. Pengaruh Antar Variabel Yang Akan Diteliti

Pengaruh antar variabel yang akan diteliti yaitu Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Fotocopy di dusun VI kelahang. Berdasarkan teori diatas maka dapat membantu menjelaskan bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan UMKM Fotocopy di dusun VI kelahang akan memperoleh kepuasan konsumen yang sesuai. Jadi dengan adanya penetapan harga yang benar dan tepat akan meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang meningkat maka juga akan meningkat pula kepuasan konsumen.

2) Metode Penelitian

penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini telah dilaksanakan pada UMKM Fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai. Menurut Arikunto (2002:32) terdapat dua jenis penelitian korelasional yaitu korelasional sejajar dan korelasional sebab akibat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian jenis korelasional sebab akibat atau disebut kausal. Menurut Sugiyono (2010:59) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi dan dependen (dipengaruhi). Menurut Sugiyono (2010:12) metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah metode survey, ex post facto, eskperimen, evaluasi, action research, dan policy research (selain metode naturalistic dan sejarah). Dalam penelitian ini menggunakan metode ex post fact. Menurut Arikunto (2010:17) ex post facto atau penelitian „masa lalu“ adalah adalah penelitian tentang variabel yang kejadiannya sebelum penelitian dilaksanakan. Jadi data disimpulkan bahwa penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif korelasional dengan jenis non eksperimen yang menggunakan ex post facto.

Adapun rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut:



### Hipotesis

Berdasarkan rancangan penelitian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Ha1: Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai

Ha2: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai

Ha3: Terdapat Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai.

### 3) Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut (Lane, 2009) mengatakan bahwa harga (price) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Sehingga untuk

mencapai target pasar maka perusahaan akan menetapkan harga yang sesuai barang dan jasa yang diberikan konsumen.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Asti & Ayuningtyas, 2020) menunjukkan : (1) ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan, harga, terhadap kepuasan konsumen sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Uji thitung (signifikan korelasi) untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai thitung 5,953, variabel kualitas produk thitung -078 dan variabel harga thitung 4,089 (2) tabel  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai sebesar 1,664 nilai thitung variabel X1 dan X3 lebih besar daripada nilai tabel. (3) H1 diterima sedangkan Ho ditolak artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, sedangkan H1 ditolak Ho diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian mendukung teori Menurut (Tjiptono, 2014) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Ekspektasi konsumen dalam sebuah pemasaran jika sebuah perusahaan menerima umpan balik dari konsumen, maka terbukti bahwasanya perusahaan tersebut benarbenar memiliki kualitas dalam pelayanan yang baik dan tentu seorang konsumen akan membeli kembali.

Untuk mencapai kepuasan konsumen maka perusahaan menerapkan interaksi yang baik dengan konsumen menerima sistem kritik

dan saran dari konsumen. Hal ini menjadikan konsumen akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Susanto, 2021).

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa, (1) Terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) lebih besar dari ttabel  $3,863 > 1,994$  dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. (2) Terdapat pengaruh antara variabel kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji ttabel  $4,225 > 1,994$  dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. (3) Hasil uji f yaitu nilai fhitung  $242,470 >$  ftabel  $3,13$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. (4) hasil uji regresi linier berganda  $Y = 1,565 + 0,247X_1 + 0,342X_2 + e$  artinya nilai  $\alpha$  ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada kenaikan dari variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk maka nilai kepuasan konsumen adalah 1,565 dan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan 0,247.

#### **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil analisis data bahwa Fhitung ( $174,864$ )  $>$  Ftabel ( $3,88$ ), dengan demikian  $H_0$  dalam penelitian ini ditolak  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan jika semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka juga semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Begitu juga sebaliknya jika semakin rendah harga dan kualitas pelayanan maka juga akan semakin rendah juga kepuasan konsumen.

### **C. Kesimpulan**

Kesimpulan berisi substansi pemaknaan, bukan penjelasan ulang dari pembahasan. Dalam bagian kesimpulan dapat juga ditambahkan prospek pengembangan hasil penelitian dan prospek aplikasi penelitian selanjutnya ke

depan (berdasarkan hasil dan pembahasan). maksimal 10% dari bagian artikel

Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen UMKM fotocopy UMKM fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai.

Secara simultan terdapat ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen UMKM Fotocopy UMKM fotocopy dusun VI kelahang kecamatan labuhan maringgai. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,605 atau sebesar 61%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini 61% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel harga dan variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini Promosi, Kualitas Produk, Merek, Loyalitas Pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, P. D. S. (2002). *Prosedur Penelitian (Edisi Revi)*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Ilmu Amnajemen Dan Kewirusahaan*, 1(10.46306), 136. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 404–418.

- Istiatin, E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115736.
- Lane, P. K. & K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12).
- Mariansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management, 9 e) Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol* (A. Widyantoro (ed.); Edisi Revi).
- Rewoldt, P. S. H., Scot, P. J. D., & Warshaw, P. M. R. (1991). *Strategi Harga Dalam Pemasaran* (Cetakan ke).\Samsurijal Hasan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Meubel Sebagai Produk Tersier Dalam Upaya Bersaing Dengan E .... *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 111–120. [http://repository.universitaspahlawan.ac.id/id/eprint/9%0Ahttp://repository.universitas\\_pahlawan.ac.id/26/12/2023](http://repository.universitaspahlawan.ac.id/id/eprint/9%0Ahttp://repository.universitas_pahlawan.ac.id/26/12/2023) JN PENGARUH KUALITAS PRODUK%2C HARGA%2C DAN SISTEM.pdf
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)* (Cetakan ke).
- Susanto, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Foto Copy Dwiyan Di Sampit. *Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, I (I)* <http://www.jurnalprofit.org/index.php/profit/article/view/134>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)* (Ed I).



© 2019 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).