

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEPO ISI ULANG AIR MINUM DUA PUTRA

Riza Tri Kurniawati¹ & Tuwis Hariyani²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Kahuripan Kediri

email: rizakurnia98@gmail.com¹, tuwishariyani@kahuripan.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana dan 44 responden, hasil menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi 0,379 dan signifikansi $< 0,001$. Nilai R Square sebesar 0,787 menunjukkan bahwa 78,7% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan mutu layanan menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta berimplikasi pada pentingnya fokus pengelola depo untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Depo Isi Ulang Air Minum

Abstract

This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction at Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra. Using a quantitative approach with simple linear regression analysis and 44 respondents, the results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.379 and a significance value of < 0.001 . The R Square value of 0.787 indicates that 78.7% of customer satisfaction variation is explained by service quality. These findings confirm that improving service quality is a key factor in building customer satisfaction and loyalty, emphasizing the importance for business managers to continuously enhance service quality to support sustainable business growth.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Drinking Water Refill Depot*

PENDAHULUAN

Depo air minum isi ulang di Indonesia mulai muncul pada tahun 1999. Depo ini menjadi pilihan bagi konsumen yang membutuhkan air minum dengan harga yang lebih murah namun tetap berkualitas. Sejarah depo air minum isi ulang di Indonesia berawal pada tahun 1999 hanya ada sekitar 400 depo air minum, lalu pada tahun 2021 bertambah menjadi 60.000 depo air minum. Ada beberapa contoh depo air minum modern yaitu daily fresh water, biru, aquago dan indofresh water.

Air isi ulang biasanya berasal dari sumber air bersih yang telah melalui proses filtrasi dan penyaringan untuk memastikan kualitasnya sebelum melakukan pengisian ulang. Seiring dengan kebutuhan masyarakat akan air minum yang berkualitas, bersih dan terjangkau, hal ini menjadikan peluang usaha yang menjanjikan. Namun, persaingan di antara depo isi ulang air minum juga semakin ketat, mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam memastikan keberlanjutan pendapatan dan kelangsungan bisnis, hal ini bertujuan untuk menarik juga untuk mempertahankan konsumen dan mempertahankan posisi unggul di pasar.

Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra Desa Kebondalem Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri merupakan salah satu pelaku usaha yang berfokus pada penyediaan air minum bersih serta terjangkau. Air minum bersih dihasilkan dari proses filterasi dan mesin yang canggih. Mesin yang digunakan di depo air minum yaitu ultraviolet, ozon generator, mesin ro, sand filter, carbon filter, softener filter, dan ultrafiltrasi. Dengan perkembangan zaman, evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pada

konsumen harus lebih ditingkatkan lagi, agar terciptanya kualitas terhadap daya pembeli dan kepuasan konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi hal penting untuk mengidentifikasi strategi penjualan. Strategi penjualan dalam meningkatkan keinginan, kebutuhan, dan harapan mampu terpenuhi sehingga akan terjadinya pembelian ulang, kesetiaan yang berkelanjutan untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dengan membandingkan apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataan. Kepuasan pelanggan menurut Lovelock dan Wirtz (2019) merupakan respon emosional pelanggan terhadap pengalaman mereka dengan layanan tertentu, yang mencerminkan layanan tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Sedangkan menurut Zeithaml, dkk (2021) Kepuasan pelanggan adalah penilaian keseluruhan layanan yang diterima berdasarkan harapan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan kepuasan konsumen berbanding dengan tingkat mutu pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen. Harapan tersebut membuat konsumen mendapatkan sesuai keinginan, kualitas layanan, dan kesetiaan yang menjadi peningkatan pendapatan pada Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi kasus untuk memahami fenomena secara kontekstual pada Depo tertentu. Studi kasus dipilih karena memungkinkan analisis yang terperinci dan mendalam dalam ruang lingkup yang terbatas (Yin, 2018).

Penelitian ini dilaksanakan pada Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra yang berlokasi di Desa Kebondalem, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu karakteristik usaha, aksesibilitas data, dan fenomena penelitian. Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra merupakan salah satu usaha air minum isi ulang yang telah memiliki banyak pelanggan tetap, sehingga relevan untuk meneliti kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan peningkatan pendapatan. Selain itu, lokasi penelitian memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara langsung dari pelanggan maupun pemilik depo melalui metode survei dan wawancara mendalam. Berdasarkan hasil observasi awal, depo ini menunjukkan adanya potensi pengaruh antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan peningkatan pendapatan usaha.

Dalam penelitian ini seluruh pelanggan depo air minum isi ulang dua putra di desa kebondalem kecamatan kandangan, kabupaten kediri, yang sering menggunakan jasa depo ini secara berkala atau pelanggan setia sejumlah 80 pelanggan. Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Dua Putra menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini meliputi pelanggan yang telah menggunakan layanan Depo Dua Putra minimal selama satu bulan terakhir serta pelanggan yang bersedia memberikan informasi melalui pengisian kuesioner. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 0,1 atau 10%. Berdasarkan perhitungan dengan populasi sebanyak 80 pelanggan, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e)^2) = 80 / (1 + 80(0,1)^2) = 80 / (1 + 0,8) = 80 / 1,8 = 44.$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 44 pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui pandangan, dan pengalaman individu terkait fenomena yang akan diteliti. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di depo air minum isi ulang dua putra desa kebondalem kecamatan kandangan kabupaten kediri. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui survei menggunakan kuesioner. Pengumpulan data diperoleh langsung dari pelanggan setia depo isi ulang air minum dua putra melalui penyebaran kuesioner dan yang bersedia untuk mengisi kuesioner.

Untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, digunakan beberapa teknik analisis data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis. Tahapan-tahapan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan valid, reliabel, serta memenuhi syarat dalam analisis regresi.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian, yaitu kuesioner, mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan konsisten. Uji validitas digunakan untuk menilai kesahihan setiap item pernyataan dalam kuesioner dengan metode Pearson Correlation, yaitu menghitung korelasi antara nilai setiap pernyataan dengan total skor variabelnya. Suatu item dianggap valid apabila nilai signifikansinya di bawah 0,05. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menilai

konsistensi jawaban responden terhadap kuesioner. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,06, yang berarti kuesioner tersebut layak digunakan karena hasilnya stabil dari waktu ke waktu.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria statistik yang baik. Tahapan pertama adalah uji normalitas, yang bertujuan untuk mengetahui apakah data variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model dengan data yang berdistribusi normal atau mendekatinya. Tahapan berikutnya adalah uji heteroskedastisitas, yang bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya ketidaksamaan varian residual antar pengamatan. Apabila varian residual bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik harus bebas dari masalah heteroskedastisitas agar hasil analisis lebih akurat.

Tahap berikutnya adalah pengujian hipotesis, yang dilakukan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rumusan hipotesis yang digunakan adalah:

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra.

Nilai t hitung kemudian dibandingkan dengan t tabel menggunakan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$) pada taraf signifikansi 5%. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, maka H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

Selain itu, digunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Model regresi yang digunakan dinyatakan dengan persamaan $Y = a + bX$ di mana Y adalah kepuasan pelanggan, a merupakan konstanta, X adalah kualitas pelayanan, dan b menunjukkan koefisien regresi yang menggambarkan arah serta besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Terakhir, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada antara 0 hingga 1; semakin mendekati 1 berarti semakin besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus $KD = r^2 \times 100\%$ yang menunjukkan persentase kontribusi variabel independen terhadap perubahan variabel dependen dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks penelitian kuantitatif, terutama pada uji validitas instrumen kuesioner, suatu item pernyataan dinyatakan valid jika memenuhi kriteria korelasi. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item-item pernyataan dalam instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap r tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka diperoleh r tabel sebesar 0,361.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Korelasi	R Tabel	Keputusan
1	0,804	0,361	Valid
2	0,726	0,361	Valid
3	0,887	0,361	Valid
4	0,681	0,361	Valid
5	0,752	0,361	Valid
6	0,869	0,361	Valid
7	0,801	0,361	Valid
8	0,837	0,361	Valid
9	0,790	0,361	Valid
10	0,796	0,361	Valid
11	0,856	0,361	Valid
12	0,862	0,361	Valid
13	0,890	0,361	Valid
14	0,835	0,361	Valid
15	0,899	0,361	Valid
16	0,881	0,361	Valid
17	0,813	0,361	Valid

(sumber: data diolah).

Hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi setiap item yang melebihi nilai r tabel sebesar 0,361, dengan responden sebanyak 30 orang pada tingkat signifikansi 5%. Artinya, setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki keterkaitan yang kuat dengan total skor, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen ini memang mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat. Validitas yang tinggi menjadi landasan penting dalam memperoleh data yang representatif untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan pendekatan Cronbach's Alpha. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh $\geq 0,70$. Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan	Keputusan
1	0,967	$\geq 0,70$	Reliabel
2	0,967	$\geq 0,70$	Reliabel
3	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
4	0,969	$\geq 0,70$	Reliabel
5	0,967	$\geq 0,70$	Reliabel
6	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
7	0,966	$\geq 0,70$	Reliabel
8	0,966	$\geq 0,70$	Reliabel
9	0,966	$\geq 0,70$	Reliabel
10	0,967	$\geq 0,70$	Reliabel
11	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
12	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
13	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
14	0,966	$\geq 0,70$	Reliabel
15	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
16	0,965	$\geq 0,70$	Reliabel
17	0,966	$\geq 0,70$	Reliabel

(sumber: data diolah).

Dari hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai alpha di atas 0,70, bahkan mencapai lebih dari 0,96. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sangat reliabel. Reliabilitas tinggi ini menandakan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga respon yang diberikan oleh responden dapat dipercaya dan hasil pengukurannya stabil bila digunakan kembali dalam kondisi yang sama.

Kemudian Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu data (atau residual dari model regresi) berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov pada data Unstandardized Residual (dengan jumlah sampel $N = 44$), diperoleh hasil sebagai berikut:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,40578886
Most Extreme Differences	Absolute		,112
	Positive		,082
	Negative		-,112
Test Statistic			,112
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,174
	99% Confidence Interval		
	Lower Bound		,165
	Upper Bound		,184

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

(sumber: data diolah)

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan output One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada gambar, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari taraf signifikansi umum yang digunakan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dalam uji normalitas, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data residual dengan distribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi, dan data ini layak digunakan untuk analisis statistik lanjutan seperti regresi linier, karena salah satu prasyarat utama dari regresi linier adalah bahwa residual harus terdistribusi normal.

Selanjutnya Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual (galat) dalam model regresi. Dasar pengambilan keputusan adalah Jika nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,839	1,004		,836
	KUALITAS	,005	,019	,036	,816

a. Dependent Variable: ABS_RES

(sumber: data diolah)

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output di atas, variabel PELAYANAN memiliki nilai signifikansi sebesar 0,816, yang jauh lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa: Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Artinya, model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga varians residual bersifat konstan dan model layak digunakan untuk interpretasi lebih lanjut.

Selanjutnya Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen (dalam hal ini PELAYANAN) terhadap variabel dependen (KEPUASAN).

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,599	1,578		,317
	KUALITAS	,379	,030	,887	<,001

a. Dependent Variable: KEPUASAN

(sumber: data diolah)

Gambar 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.

Dari tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$\text{KEPUASAN} = 1,599 + 0,379 \times \text{PELAYANAN}$$

Artinya, setiap peningkatan 1 satuan pada variabel PELAYANAN akan meningkatkan nilai KEPUASAN sebesar 0,379 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai t hitung untuk variabel PELAYANAN adalah 12,454, dengan nilai signifikansi < 0,001, jauh lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel PELAYANAN berpengaruh secara signifikan terhadap KEPUASAN.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 ^a	,787	,782	1,422
a. Predictors: (Constant), KUALITAS				

(sumber: data diolah).

Gambar 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Berdasarkan output pada tabel Model Summary, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,787 atau 78,7%, yang menunjukkan bahwa variabel independen PELAYANAN mampu menjelaskan variabel dependen KEPUASAN sebesar 78,7%. Artinya, 78,7 % variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan dalam model ini, sedangkan sisanya sebesar 21,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,782 menunjukkan bahwa model regresi telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, dan tetap menunjukkan kekuatan yang tinggi dalam menjelaskan hubungan antara pelayanan dan kepuasan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memiliki daya jelaskan yang sangat kuat, sehingga layak digunakan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori-teori manajemen pelayanan yang menyatakan bahwa pelayanan yang baik akan berdampak langsung pada persepsi positif pelanggan terhadap lembaga atau institusi penyedia jasa. Oleh karena itu, bagi pihak pengelola, hasil ini menjadi dasar penting untuk terus meningkatkan aspek pelayanan sebagai strategi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depo Isi Ulang Air Minum Dua Putra, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,379, serta

nilai signifikansi $< 0,001$. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,787 mengindikasikan bahwa 78,7% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Sisanya, sebesar 21,3%, dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan mutu layanan sebagai salah satu faktor utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap keberlangsungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2019). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th. ed.). Pearson.
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R, K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services, Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.