



Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Jasa Pengiriman Sicepat Ekspres

Najla Saifana¹, Gaizka Aqshal Razzandi Suryaningrat², Tesar Agnia Arifian³, Maulana Ikhsan Yazid⁴, Siti Sahara⁵

^{1,2,3,4,5}Sarjana Terapan Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim,
Universitas Negeri Jakarta

Received: 28 Juni 2023
Revised: 3 Juli 2023
Accepted: 10 Juli 2023

Abstract

This study aims to determine the effect of customer satisfaction on SiCepat Ekspres delivery services. This study uses a quantitative approach. Quantitative research aims to develop a mathematical model, where this research does not only use theory taken from literature or theoretical studies, but it is also very important to build hypotheses that have a connection with the natural phenomena to be studied. The direction and focus of the research are aimed at describing and describing objectively and logically the characteristics of the phenomenon or social symptoms studied in this case is the quality of SiCepat Ekspres delivery services for the Rawamangun Branch. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability.

Keywords: Customer Satisfaction, Goods Delivery and Service Quality

(*) Corresponding Author: najlasaifana_1511521052@mhs.unj.ac.id,
gaizkaaqshalrazzandisuryaningrat_1511521022@mhs.unj.ac.id,
tesaragniaarifian_1511521053@mhs.unj.ac.id,
maulanaikhsanyazid_1511521057@mhs.unj.ac.id, sitisahara@unj.ac.id

How to Cite: Saifana, N, Suryaningrat, G. A. R, Arifian, T. A, Yazid, I. M, & Sahara, S. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Jasa Pengiriman Sicepat Ekspres. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8176845>

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara maritim yang terdiri dari pulau-pulau yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, dengan jumlah pulau sebanyak 17.508. Jarak antarpulau tersebut tentunya memerlukan konektivitas pendukung untuk menunjang stabilitas perekonomian bangsa secara merata. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi RI (Investasi, 2018), Indonesia memiliki luas wilayah 8.300.000 km² dengan luas daratan 1.900.00 km² (22,89%) dan luas total perairan Indonesia 6.400.000 km² (77,11%). Data tersebut jelas memperlihatkan bahwa sebagian besar wilayah Indonesia terdiri dari perairan sehingga membutuhkan peran pelabuhan dalam konektivitas antar pulau dalam memenuhi kebutuhan. (SAHARA & Annas Ruli Pradana, 2021)

Wilayah DKI Jakarta sebagai pusat Ibukota Negara Republik Indonesia, terus berbenah diri dari tahun ke tahun. Perkembangannya wilayah DKI Jakarta yang sangat cepat, bahkan telah menjadi pusat dari kegiatan pembangunan mulai dari komersil, hiburan, sosial dan kemasyarakatan, serta pendidikan. Perkembangan wilayah inilah yang memaksa terjadinya perkembangan dalam ranah transportasi. (SAHARA & Delvia Yuliana, 2021)

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk menilai dan mengevaluasi kondisi pembangunan ekonomi di dalam negaranya. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional (Rinaldi & Seftarita, 2017). Pertumbuhan ekonomi ini tidak bisa dipisahkan dari kondisi perekonomian global yang terus meningkat, tak terkecuali di negara Indonesia. (Sahara et al., 2022)

Manusia merupakan makhluk hidup yang membutuhkan satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ada 3 (tiga) jenis kebutuhan dalam hidup manusia yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Khususnya, kebutuhan primer seperti sandang, pangan, dan papan menjadi hal penting yang harus tercukupi dalam hidup manusia. Artinya, apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi dengan baik, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam menjalankan hidupnya. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, diperlukan sebuah sistem yang sanggup untuk mendistribusikan barang-barang yang dibutuhkan. Distribusi adalah suatu proses yang menunjukkan penyaluran barang yang dibuat dari produsen kepada konsumen. Distribusi berasal dari bahasa Inggris yakni *distribution* yang berarti penyaluran. Sedangkan kata dasarnya yaitu *distribute* yang berarti membagikan, menyalurkan, menyebarkan, dan mendistribusikan. (Sahara & Jesica, 2022)

Tapi meski begitu, Indonesia sedang rapat kebutuhan masyarakat tidak dapat dipisahkan

kegiatan impor. Berdasarkan data dari Pusat Badan Pusat Statistik, jumlah barang impor memasuki Indonesia dari Januari 2020 hingga April 2021 adalah sebagai berikut: Peran transportasi antar moda dan multimoda a peran sentral dalam sistem persaingan pasar global diabad ke-21. Terutama bongkar muat perusahaan yang mengurus proses pengiriman barang dari pasar global. Memuat dan membongkar perusahaan dituntut untuk memiliki kehandalan mengenai waktu pengiriman barang. Selain itu, memuat dan perusahaan bongkar muat diharapkan untuk menyediakan layanan yang efisien dan hemat biaya. (Sahara, 2022)

Bisnis pengiriman barang di tanah air semakin meningkat dengan berkembang pesatnya bisnis online saat ini. Faktanya, dengan berkembangnya internet, aktivitas jual-beli online justru semakin marak dan akan menjadi tren gaya hidup praktis di masa mendatang. Bisnis online bahkan membutuhkan jasa pengiriman/ kurir sebagai mata rantai tak terpisahkan. 2 Pertumbuhan bisnis logistik ini tidak hanya di nikmati pelaku di kota-kota besar, melainkan merata diseluruh daerah, karena pelaku bisnis online sekarang tersebar baik di kota besar maupun di daerah. Sehingga kebutuhan akan jasa pengiriman ini mencakup seluruh Indonesia. (Satrani, 2018)

Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah membawa perubahan pada masyarakat Indonesia, yaitu dengan adanya internet yang memungkinkan bagi seseorang untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain tanpa dibatasi waktu dan jarak. Hal ini juga yang kemudian memengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia dengan adanya tren belanja online melalui internet. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 25 juta jiwa pada tahun 2008 dan diprediksikan akan meningkat sebesar 37% hingga tahun 2010, juga dengan

fakta bahwa pertumbuhan internet di Indonesia adalah yang terbesar ketiga di dunia menunjukkan besarnya peluang bisnis berbasis online baik untuk pemasar selaku penjual maupun konsumen yang akan membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan belanja online merupakan cara baru dalam melakukan transaksi. Dalam kegiatan ini pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung seperti halnya proses penjualan biasa. Efisiensi waktu dan juga efektifitas dalam proses transaksi merupakan hal yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan belanja online. Penjual akan menggunakan internet untuk menampilkan situs yang mereka miliki sebagai toko dengan segala produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kemudian konsumen sebagai pembeli juga akan melihat dan memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan melalui situs yang ada. Banyaknya penjual yang menawarkan produk secara online memberi kesempatan konsumen untuk memilih sebelum memutuskan untuk membeli. Salah satunya adalah dengan membandingkan karakteristik satu situs penyedia produk dengan situs lain untuk produk yang sama. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, Chung and Shin (2010) mengidentifikasi lima atribut karakteristik situs yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan pembelian yaitu kemudahan belanja, desain situs, keinformatifan, keamanan, dan komunikasi. (Ishak, 2012)

Perkembangan pasar jasa pengiriman/ekspedisi saat ini di Indonesia semakin meningkat, hal tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor yang diantaranya paling utama adalah hadirnya pasar elektronik atau dapat disebut juga e-commerce. Persaingan ketat tentu akan terjadi diantara industri jasa pengiriman baik itu badan usaha nasional maupun swasta. Persaingan tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan diferensiasi jasa sebagai salah satu strategi untuk memenangkan pasar. Pasar jasa pengiriman saat ini dipenuhi oleh konsumen-konsumen yang memiliki karakteristik “easy shopping” dimana konsumen tersebut tidak perlu bersusah payah untuk datang menjumpai pusat perdagangansecarafisik. Hal tersebut memberikan alasan kenapa industri jasa pengiriman perlu untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang memerlukan jasa pengiriman. Kepuasan para konsumen industri jasa pengiriman tersebut dapat dibentuk oleh beberapa faktor diantaranya kualitas pelayan, teknologi tracking system/sistem pelacak dan harga yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu kepuasan bagi konsumen yang menginginkan suatu jasa padahal ini adalah jasa pengiriman. Kualitas pelayanan dapat membentuksuatunilai oleh konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan serta yang diterima. Perusahaan jasa pengiriman dapat memberikan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan berupa kecepatan pengiriman, ketepatan pengiriman dan keramahan dalam membentuk suatu nilai kepuasan bagi konsumen. Kecepatan dan ketepatan jasa pengiriman mampu didukung oleh sistem pelacak yang saat ini semuaindustri jasa pengiriman mengaplikasikannya. (Kusumah, 2019)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif (pendekatan kuantitatif dan kualitatif). Desain penelitian adalah desain survei, oleh sebab itu fokus penelitian terletak pada pengambilan sampel. Sehubungan dengan objek penelitian adalah ukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, yang keduanya

merupakan konsep kualitatif yang kuat sehingga subjek penelitian sebagai unit analisis hanya terfokus pada pelanggan.

Dalam hal ini bahwa pelanggan memiliki persepsi untuk menilai indikator dari kualitas pelayanan maupun kepuasan mereka sendiri dalam merasakan dan menilai jasa pelayanan SiCepat Ekspres terhadap harapan yang diinginkan. Penelitian membatasi populasi unit analisis (subjek), yaitu pada kantor SiCepat Ekspres cabang Rawamangun. Metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan cara Nonprobability Sampling, karena jumlah populasi subjek penelitiannya tidak dapat diketahui secara tepat dan tidak tetap (berubah setiap harinya).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Penelitian memaparkan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan” (Riyani, 2021)

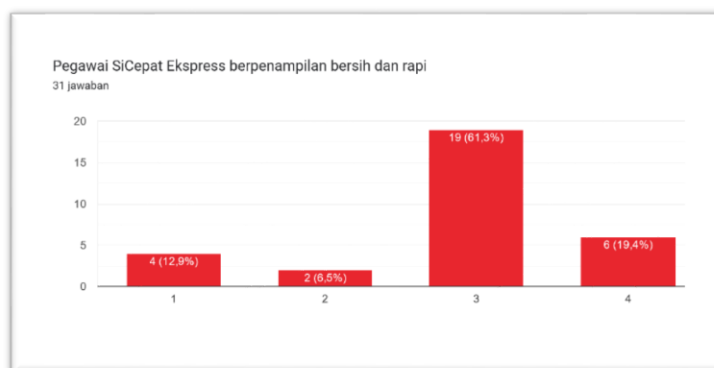
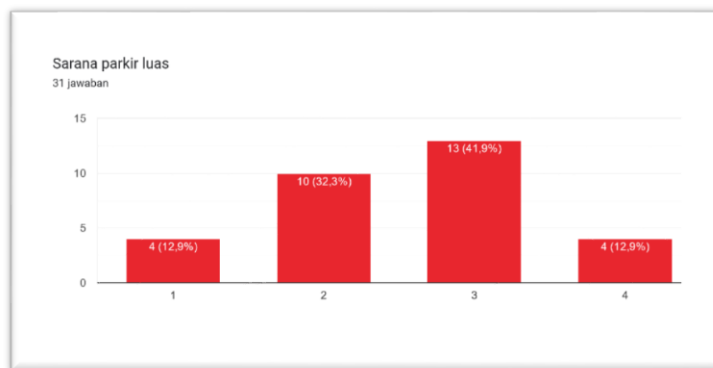
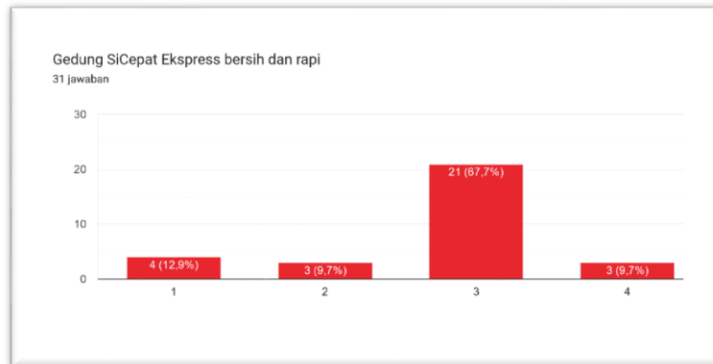
Kualitas Pelayanan atau (Service Quality) (Weenas et al., n.d.) menyatakan, service quality merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Weenas et al., n.d.) menyatakan, keunggulan layanan dapat dibentuk melalui pengintegrasian empat pillar service excellence yang saling berkaitan erat, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan pelayanan.

Pengujian hipotesis dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa pengiriman SiCepat Ekspres. Penjaringan data yang digunakan yaitu menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara kepada beberapa pengguna. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden melalui Google Form dan wawancara secara langsung serta melakukan pengamatan ataupun observasi kepada pengguna dan gedung/kantor jasa pengiriman dengan maksud merasakan dan memahami pengetahuan yang sudah diketahui sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Melalui survei yang sudah dilakukan dalam dalam kurun waktu 5 hari pada hari senin sampai rabu pada tanggal 15 sampai 20 Maret 2023 dengan melibatkan 31 responden, rata rata pengguna transjakarta berumur 17 – 24 Tahun sebanyak 86,7% dan pengguna Wanita sebanyak 41,9% dan Pria 58,1%. Responden tidak hanya menggunakan jasa layanan pengiriman SiCepat Ekspres saja melainkan

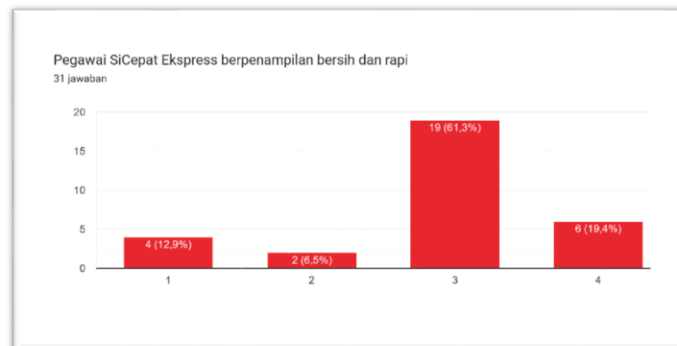
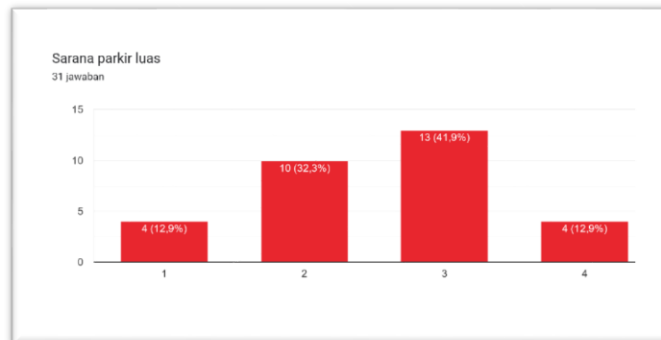
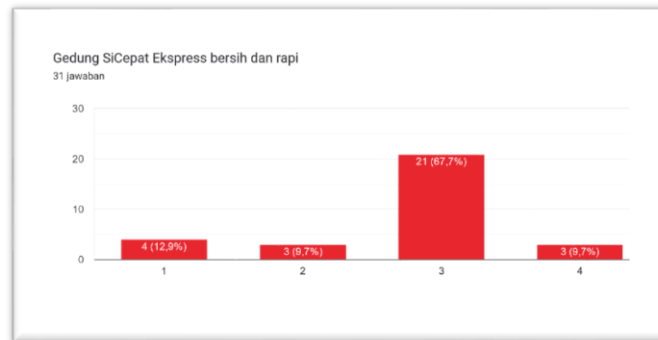
menggunakan jasa pengiriman lainnya, hal ini bisa dilihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan 87,1% responden menjawab Ya dan 12,9% menjawab Tidak pada pertanyaan “Apakah anda sering menggunakan jasa layanan Sicepat Ekspres dalam pengiriman barang?”.

1. HIPOTESIS PERTAMA



Pada variabel tangibles peneliti membuat tiga pertanyaan terkait fasilitas Gedung/kantor dan pegawai pada jasa pengiriman SiCepat Ekspres, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada kategori “kebersihan Gedung” dengan rata-rata 2,7 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan bahwa Gedung SiCepat Ekspres cukup bersih dimata konsumen, lalu pada pernyataan “sarana parkir luas” mendapatkan rata-rata 2,5 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan bahwa sarana untuk parkir kendaraan cukup memadai, dan “kerapihan pegawai” mendapatkan rata-rata 2,8 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan pegawai berpakaian cukup rapih.

2. HIPOTESIS KEDUA



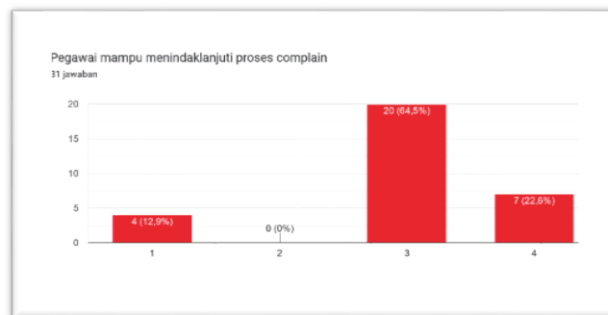
Pada variabel tangibles peneliti membuat tiga pertanyaan terkait fasilitas Gedung/kantor dan pegawai pada jasa pengiriman SiCepat Ekspres, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada kategori “kebersihan Gedung” dengan rata-rata 2,7 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan bahwa Gedung SiCepat Ekspres cukup bersih dimata konsumen, lalu pada pernyataan “sarana parkir luas” mendapatkan rata-rata 2,5 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan bahwa sarana untuk parkir kendaraan cukup memadai, dan “kerapihan pegawai” mendapatkan rata-rata 2,8 (skala 1 - 4) hal ini menunjukkan pegawai berpakaian cukup rapih.

3. HIPOTESIS KETIGA



Pada variabel reliability peneliti membuat tiga pertanyaan terkait layanan yang diberikan, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada pernyataan “Memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan cukup baik, lalu pada pernyataan “Mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan” mendapatkan rata-rata 2,9 hal ini menunjukkan bahwa cukup mampu untuk menyelesaikan keluhan pelanggan, dan pada kategori ketepatan pengiriman paket mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa ketepatan pengiriman pada estimasi cukup baik.

4. HIPOTESIS KEEMPAT



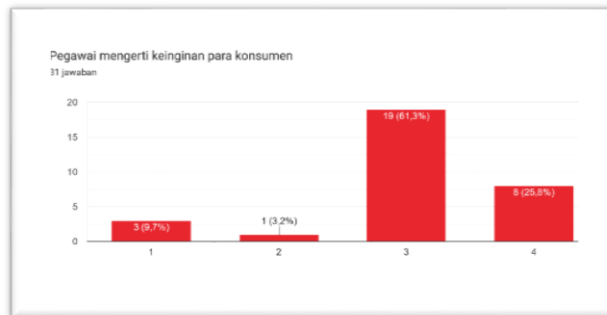
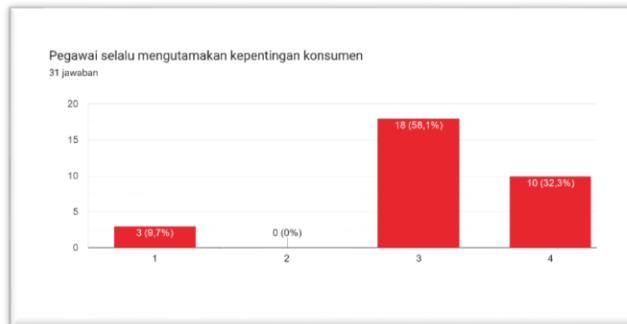
Pada variabel responsiveness peneliti membuat tiga pertanyaan terkait pelayanan yang diberikan pegawai, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada pernyataan “Pegawai mampu melayani dengan cepat” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan pegawai cukup cepat dalam melayani pelanggan, lalu pada pernyataan “Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa pegawai cukup membantu dalam menyelesaikan kesulitan pelanggan, dan pada pernyataan “penindaklanjutan proses *complain*” mendapatkan rata-rata 2,9 hal ini menunjukkan pegawai cukup bagus dalam penindak lanjutan proses *complain*.

5. HIPOTESIS KELIMA



Pada variabel assurance peneliti membuat tiga pertanyaan terkait keamanan pengiriman dan sikap pegawai, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada pernyataan “Membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan” mendapatkan rata-rata 3% hal ini menunjukkan bahwa jasa pengiriman yang ditawarkan cukup aman bagi konsumen, lalu pada pernyataan “Pegawai ramah dan sopan dalam melayani konsumen” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan pegawai cukup ramah dan sopan, dan pada pernyataan “Menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa cukup menjamin terhadap barang yang dikirimkan.

6. HIPOTESIS KEENAM



Pada variabel empathy peneliti membuat tiga pertanyaan terkait rasa empati yang diberikan oleh pegawai, hasilnya 31 responden memiliki tingkat kepuasan pada pernyataan “Pegawai selalu mengutamakan kepentingan konsumen” mendapatkan rata-rata 3,1 hal ini menunjukkan bahwa pegawai cukup tanggap dan peduli dalam melayani konsumen, lalu pada pernyataan “Pegawai mengerti keinginan para konsumen” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa pegawai cukup mengerti keinginan konsumen, dan pada pernyataan “Pegawai dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen” mendapatkan rata-rata 3 hal ini menunjukkan bahwa pegawai mampu untuk menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen.

TAHAP PENJARINGAN DATA

Pertanyaan	Jumlah	Max	Min	Mean	Standard Deviation
Kebersihan Gedung/kantor Sicepat ekspress	31	4	1	2,7	0,815179
Sarana Parkir Luas	31	4	1	2,5	0,888396

Kerapihan pegawai Sicepat	31	4	1	2,8	0,884757
Memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan	31	4	1	3	0,894427
Mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan	31	4	1	2,9	0,907555
Pengiriman paket yang dilakukan selalu cepat dan tepat waktu	31	4	1	3	0,830857
Pegawai mampu melayani dengan cepat	31	4	1	3	0,789719
Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan	31	4	1	3	0,853834
Mampu menindaklanjuti proses <i>complain</i>	31	4	1	2,9	0,874981
Pegawai ramah dan sopan dalam melayani konsumen	31	4	1	3	0,874981
Membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan	31	4	1	3	0,853834
Menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan	31	4	1	3	0,856349
Pegawai selalu mengutamakan kepentingan konsumen	31	4	1	3,1	0,846244
Pegawai mengerti keinginan para konsumen	31	4	1	3	0,836017
Pegawai dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen	31	4	1	3	0,813858

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan pada hasil penjarangan data sebesar 0,907555.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan pada hasil penjarangan data sebesar 0,789719 lebih kecil dari hasil penjarangan data lainnya.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh pada sikap pegawai yang bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan dengan standard deviation sebesar 0,853834.
4. Kepedulian karyawan terhadap Kebersihan Gedung/kantor Sicepat ekspres. Hal ini dibuktikan pada hasil penjarangan data sebesar 0,815179.

DAFTAR PUSTAKA

- Ishak, A. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (Antecedents) dan Konsekuensi (Consequents). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 141–154. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss2.art1>
- Kusumah, E. P. (2019). Respon Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan, Penerimaan Teknologi “Tracking System” Dan Harga Pada Industri Jasa Pengiriman. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(2), 111–118. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.146>
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Sahara, S. (2022). Analysis of Factors Causing Delay in Unloading Imported Goods. *Proceedings of the Conference on Broad Exposure to Science and Technology 2021 (BEST 2021)*, 210(Best 2021), 345–351. <https://doi.org/10.2991/aer.k.220131.051>
- SAHARA, S., & Annas Ruli Pradana. (2021). Optimalisasi Penggunaan Forklift Terhadap Kelancaran Proses Bongkar Steel Coil Di Pt. Daisy Mutiara Samudra. *Logistik*, 14(1), 57–68. <https://doi.org/10.21009/logistik.v14i1.20508>
- SAHARA, S., & Delvia Yuliana. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Penerapan Sistem Boarding Pass Di Gate Keberangkatan Terminal Terpadu Pulo Geban. *Logistik*, 14(1), 44–56. <https://doi.org/10.21009/logistik.v14i1.20507>
- Sahara, S., Hadi, W., & Ptra, Y. R. (2022). Analisis Faktor Penyebab Kesalahan Penetapan HSCode (Studi Kasus : Impor Ball Valve PT. Global Cargo System). *Jurnal Logistik*, 15(1), 49.
- Sahara, S., & Jesica, R. (2022). 26382-Article Text-79676-4-10-20221101. 15(02), 120–134.
- Satrani, M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi. *Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam*, 9(3), 41–54.
- Weenas, J. R. S., Produk, K., Produk, K., Dan, P., Pelayanan, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (n.d.). *No Title*. 1(4), 607–618.