

---

## Pengaruh *Life Style* dan Kualitas Produk pada Pengguna Smartphone IPhone terhadap Kepuasan Konsumen

Sherly Arsendi Arfa Sormin<sup>1</sup>, Mandataris<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Riau, Indonesia

Email: sherly.arsendi46.34@student.unri.ac.id

---

### Abstrak

Kehadiran berbagai alat komunikasi saat ini telah memudahkan dan mempercepat proses komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu alat komunikasi tersebut adalah smartphone. Seiring waktu, perkembangan smartphone terus meningkat, baik dari segi teknologi, fitur, maupun aplikasi yang ada di dalamnya. Kemajuan teknologi smartphone yang semakin cepat telah membawa perubahan dalam gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan pengguna iPhone. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen iPhone di kalangan mahasiswa Universitas Riau. Metode yang digunakan adalah statistik deskriptif dan kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang dipilih melalui non-probability sampling menggunakan teknik accidental sampling dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan gaya hidup dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kedua faktor ini berinteraksi untuk mempengaruhi pengalaman pengguna, menekankan pentingnya integrasi antara preferensi gaya hidup dan standar kualitas produk dalam menciptakan kepuasan yang tinggi di kalangan pengguna iPhone.

**Kata Kunci :** *life style*, kualitas produk dan kepuasan konsumen. smartphone, pengguna smartphone.

### Abstract

*The presence of various communication tools today has facilitated and accelerated the communication process to meet the needs of the community. One of these communication tools is a smartphone. Over time, the development of smartphones continues to increase, both in terms of technology, features, and applications in them. The rapid advancement in smartphone technology has brought changes to people's lifestyles, especially among iPhone users. This study aims to explore the impact of lifestyle and product quality on iPhone consumer satisfaction among students at Universitas Riau. The methods employed include descriptive and quantitative statistics with an associative research approach. The study involves 100 respondents selected through non-probability sampling using accidental sampling techniques, with a questionnaire as the data collection tool. The results indicate that both lifestyle and product quality have a significant impact on consumer satisfaction, both individually and collectively. These two factors interact to influence user experience, highlighting the importance of integrating lifestyle preferences and product quality standards to achieve high satisfaction levels among iPhone users..*

**Keywords:** *life style*, product quality and consumer satisfaction.

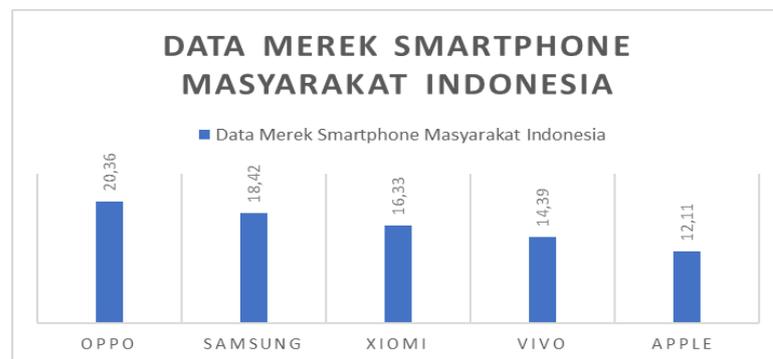
---

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang telah mengalami perubahan di berbagai sektor akibat globalisasi (Aprianti et al., 2022). Salah satu perubahan yang menonjol terjadi di bidang komunikasi. Kehadiran berbagai alat komunikasi saat ini telah memudahkan dan mempercepat proses komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satu alat komunikasi tersebut adalah smartphone. Seiring waktu, perkembangan smartphone terus meningkat, baik dari segi teknologi, fitur, maupun aplikasi yang ada di dalamnya (Noor & Nurlinda, 2021; A. Putra & Patmaningrum, 2018)

Smartphone adalah alat komunikasi yang mudah digunakan dan sangat mendukung proses komunikasi (Senge, 2023). iPhone merupakan salah satu smartphone yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama di Indonesia (H. P. Putra & Elpanso, 2023; Suarniki et al., 2022), iPhone selalu mengikuti perkembangan tren ponsel dan gaya hidup penggunaannya (Ansorullah & Yopie, 2022; Doratika, 2020). Masyarakat Indonesia menganggap bahwa memiliki iPhone adalah bagian dari gaya hidup mewah karena merek ini sudah dikenal luas di kalangan menengah ke atas, khususnya di kalangan anak muda (Triningrum, 2021). Sejak diluncurkan pada tahun 2007 iPhone telah mengubah wajah industry telepon seluler dan menjadi salah satu produk paling iconic dalam sejarah teknologi (Fitrianisa, 2016).

Berdasarkan data statcounter dari tahun 2023, berikut data merek smartphone yang digunakan oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1. Data Merek Smartphone Yang Digunakan Masyarakat Indonesia  
Sumber: Statcounter 2023

Gambar 1 menyajikan Tingkat Penggunaan smartphone Berdasarkan mereknya. Dapat dilihat bahwa posisi pertama ditempati oleh Oppo dengan persentase sebesar 20,36%. Sementara itu, iPhone berada di posisi kelima dengan persentase 12,11%.

Kemunculan merek-merek ponsel baru disebabkan oleh banyaknya perusahaan yang melihat peluang (Julianda & Komalasari, 2017). Merek-merek baru ini tentu saja menambah keramaian di pasar produk yang sudah ada. Perusahaan akan menghadapi tantangan dalam hal kepuasan konsumen, terutama akibat pergeseran konsumen mereka ke merek ponsel lain.

Menurut wawancara dengan mahasiswa, iPhone memiliki beberapa keunggulan dibandingkan merek smartphone lainnya, antara lain kualitas produk yang tinggi, performa yang lancar dan cepat, sistem operasi iOS yang selalu diperbarui, tingkat keamanan yang lebih baik, serta hasil foto yang superior.

Gaya hidup sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan teknologi (Bowo et al., 2023). Kemajuan teknologi yang pesat sering kali mempengaruhi gaya hidup seseorang. Dengan kata lain, gaya hidup dapat berdampak positif atau negatif bagi individu yang mengikutinya. Setiadi (2010) mendefinisikan gaya hidup sebagai cara individu menjalani kehidupannya, mengelola pengeluaran uang dan memanfaatkan waktu mereka. Gaya hidup juga mempengaruhi bagaimana seseorang mengalokasikan anggaran untuk produk. Misalnya, orang dengan gaya hidup mewah mungkin lebih cenderung mengeluarkan uang untuk produk premium dengan kualitas tinggi. Sebaliknya, mereka yang lebih fokus pada efisiensi biaya mungkin mencari produk dengan kualitas baik tetapi dengan harga yang lebih terjangkau (Wibowo, 2017).

Kualitas produk harus diperhatikan dengan seksama untuk mencegah konsumen berpindah ke produk lain jika kualitasnya tidak memenuhi harapan konsumen. Produk yang ditawarkan bisa berupa barang fisik, jasa, individu, lokasi, organisasi, atau ide. Dengan demikian, produk dapat menawarkan manfaat baik yang bersifat tangible maupun intangible untuk memuaskan Konsumen (Sudaryanto, 2017). Penelitian sebelumnya mengenai Life style (Aurelia & Wriyakusuma, 2022) dan kualitas produk (Hayati & Sekartaji, 2015) secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana gaya hidup dan kualitas produk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan smartphone iPhone. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana faktor-faktor gaya hidup serta kualitas produk iPhone mempengaruhi persepsi kepuasan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi produsen dan pemasar untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta memperkuat loyalitas terhadap merek iPhone.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain asosiatif, yang dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Riau. Populasi penelitian ini mencakup mahasiswa Universitas Riau yang menggunakan smartphone iPhone. Lokasi penelitian terletak di kampus Universitas Riau, yang beralamat di Jl. HR. Soebrantas KM 12,5, Kota Pekanbaru, Kecamatan Tampan, Riau. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih melalui non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan analisis regresi linier untuk menentukan hubungan dan pengaruh antara variabel gaya hidup, kualitas produk, dan kepuasan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna iPhone di lingkungan kampus.

Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah disusun, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Life style diduga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna smartphone iPhone.

H2 : Kualitas Produk diduga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna smartphone iPhone.

H3 : Life style dan Kualitas Produk diduga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna smartphone iPhone.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

**Tabel 1. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.439	1.997		.721	.473
	<i>Life Style</i>	.706	.132	.508	5.330	<.001
	Kualitas Produk	.190	.050	.361	3.780	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Pada taraf signifikansi 0,05 atau 5%, nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1,664. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, nilai signifikansi untuk X1 adalah 0,001 < 0,05, dan nilai t-hitungnya adalah 5,330 > 1,664. Ini menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh gaya hidup (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Demikian pula, nilai signifikansi untuk X2 adalah 0,001 < 0,05, dan nilai t-hitungnya adalah 3,780 > 1,664. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis H2 diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

#### Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1909.214	2	954.607	102.187	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	896.806	96	9.342		
	Total	2806.020	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Life Style

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Dengan taraf signifikan alpha adalah 0,05 maka  $f_{tabel}$  3,09. Berdasarkan uji f pada tabel 2 menunjukkan  $f_{hitung}$  102,187 >  $f_{tabel}$  3,09 dan signifikan 0,001 < 0,05. Artinya secara simultan variabel *life style* dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna smartphone iPhone Universitas Riau.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.825 <sup>a</sup>	.680	.674	3.056
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, <i>Life Style</i>				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 3, nilai  $R^2$  menunjukkan angka sebesar 0,680. Ini berarti bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebesar 68% oleh gaya hidup dan kualitas produk, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh *Life Style* Pada *Smartphone* iPhone Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel *life style* terhadap kepuasan konsumen pada pengguna produk *smartphone* iPhone pada mahasiswa Universitas Riau. Temuan ini sejalan dengan hasil studi dari (Somantri et al., 2020; Yudha & Yulianthini, 2022); (Suryani & Batu, 2021).

*Life Style* berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang mengutamakan teknologi canggih dan brand image yang kuat cenderung merasa lebih puas dengan produk yang sesuai dengan aspirasi mereka. iPhone, dengan desain premium dan fitur-fitur terbaru, menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin menegaskan status sosial dan mengikuti perkembangan teknologi terkini.

Kepuasan konsumen dalam erat kaitannya dengan bagaimana *smartphone* iPhone memenuhi ekspektasi dan standar gaya hidup mahasiswa. Kualitas dan reputasi iPhone yang sesuai dengan *life style* mereka membuatnya merasa lebih puas dan bangga menggunakan produk tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika iPhone dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi gaya hidup pengguna, tingkat kepuasan pengguna meningkat secara signifikan. Faktor-faktor seperti desain elegan, fitur inovatif, dan eksklusivitas produk berkontribusi pada rasa kepuasan yang tinggi di kalangan mahasiswa yang memiliki gaya hidup teknologi-oriented.

### 2. Pengaruh Kualitas Produk Pada *Smartphone* iPhone Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna produk *smartphone* iPhone pada mahasiswa Universitas Riau. Temuan ini didukung oleh hasil studi dari (Riswan et al., 2022); (Yudha & Yulianthini, 2022); (Lestari & Septiani, 2021).

Kualitas produk berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna. Mahasiswa yang menggunakan iPhone merasakan kepuasan tinggi karena perangkat ini memenuhi standar kualitas yang diharapkan. iPhone dikenal dengan performa yang stabil, kamera berkualitas tinggi dan desain yang elegan, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman pengguna yang memuaskan.

Pada mahasiswa Universitas Riau, kualitas produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan untuk memilih iPhone dibandingkan dengan merek lain. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas ketika produk yang dipilih dapat memberikan nilai lebih melalui fitur-fitur canggih dan pengalaman penggunaan yang unggul. Kualitas produk yang tinggi tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional tetapi

juga menciptakan kesan positif yang mendalam pada pengguna, meningkatkan rasa bangga dan kepuasan terhadap pilihan mereka.

### **3. Pengaruh *Life Style* dan Kualitas Produk Pada Smartphone iPhone Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel *life style* dan kualitas produk pada *smartphone* iPhone berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa Universitas Riau. (Yudha & Yulianthini, 2022); (Noor & Nurlinda, 2021); (Pratama & Brahmayanti, 2024).

Kedua variabel ini tidak hanya berdiri sendiri, tetapi juga berinteraksi untuk mempengaruhi kepuasan keseluruhan pengguna. *Life style* mahasiswa yang sering mencakup kebutuhan akan teknologi canggih dan tren terkini, berkolaborasi dengan kualitas produk iPhone yang menawarkan fitur-fitur inovatif dan desain yang elegan, sehingga menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan. Ketika kedua faktor ini terpenuhi secara bersamaan, mahasiswa merasakan tingkat kepuasan yang tinggi yang mencerminkan seberapa baik iPhone memenuhi baik kebutuhan gaya hidup maupun ekspektasi kualitasnya.

Variabel *life style* mempengaruhi cara mahasiswa memandang dan menggunakan smartphonenya, sementara kualitas produk menentukan sejauh mana iPhone dapat memenuhi standar yang diharapkan. Mahasiswa Universitas Riau yang memiliki gaya hidup yang mengedepankan teknologi mutakhir dan estetika cenderung merasa lebih puas dengan iPhone yang menawarkan performa handal dan desain premium. Pengalaman positif ini memperkuat kepuasan mereka, karena produk tidak hanya selaras dengan gaya hidup tetapi juga menawarkan kualitas yang mereka anggap berharga. Oleh karena itu, kedua variabel ini secara simultan berkontribusi pada tingkat kepuasan yang tinggi.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *life style* dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna smartphone iPhone. *Life style* yang cenderung mengedepankan gaya hidup modern dan teknologi terkini mendorong konsumen untuk memilih iPhone sebagai bagian dari identitas dan status sosial mereka. Selain itu, kualitas produk yang tinggi, termasuk performa, desain, dan fitur yang inovatif, berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman mendalam mengenai preferensi dan ekspektasi konsumen untuk perusahaan, guna meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat loyalitas pelanggan dalam pasar yang kompetitif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ansorullah, F. M. F., & Yopie, Y. (2022). Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga dan Keputusan Pembelian Iphone di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 31–42.
- Aprianti, M., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2022). *Kebudayaan Indonesia di Era*

- Globalisasi terhadap Identitas Nasional Indonesia. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 996–998.
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 7(4), 418–431.
- Bowo, A. N. A., Paryanto, P., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pendidikan*, 3(1), 21–32.
- Doratika, L. (2020). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Iphone Apple Serta Tinjauanya Dari Sudut Pandang Islam (Studi pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstantion Universitas YARSI 2016). Universitas YARSI.
- Fitrianisa, S. (2016). Kepemilikan Produk Apple: Sentuhan Kelas Menengah Atas Sebagai Alat Identitas Pada Mahasiswa Fisip Ui.
- Hayati, Y. H., & Sekartaji, G. (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 49–56.
- Julianda, I., & Komalasari, E. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Produk Smartphone Samsung: Studi Pengguna Smartphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau. *VALUTA*, 3(1), 173–176.
- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11–18.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone:(Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(10), 41–50.
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh youtube di smartphone terhadap perkembangan kemampuan komunikasi interpersonal anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2).
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Bina Darma. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 170–174.
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272–280.
- Senge, W. (2023). Pemanfaatan Smartphone sebagai Media Pembelajaran Mandiri pada Anak di Kabupaten Kupang. *PENSOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Pendidikan Sosiologi*, 1(1), 1–7.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen* (4th ed.). Kencana.

- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi, F. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 1–10.
- Suarniki, N. N., Budiati, P. L., & Afriana, R. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone Iphone Di Pt Teletama Artha Mandiri). *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 278–287.
- Sudaryanto, chandra W. & A. S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kinerja Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (ABANKIRENK Semarang). *Diponegoro Journal Of Economics*, Vol 6.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2).
- Triningrum, F. O. (2021). Gaya Hidup dan Citra Merek Iphone 10 dan 11 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Wibowo, A. F. (2017). Pengaruh gaya hidup, prestise dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Taiwan Tea House Semarang).
- Yudha, I. M. R. P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 438–446.



**This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)**

---