

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KETERSEDIAAN FASILITAS TERHADAP MINAT KONSUMEN BERKUNJUNG KEMBALI PADA MINIMARKET AIFAMART RAYA SUKODONO SIDOARJO

Mega Sintia Dewi¹, I Made Bagus D², Bayu Rama Laksono³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Megasintia29@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Ketersediaan Fasilitas terhadap minat Konsumen berkunjung kembali pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono, alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi, sampel yang diambil berjumlah 108 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan *accidental* sampling. Hasil dari penelitian diperoleh (1) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali konsumen. (2) Terdapat pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali konsumen. (3) Terdapat pengaruh ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen. (4) Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi, dan ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Ketersediaan Fasilitas dan Konsumen berkunjung kembali

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of quality of service, promotion, and availability of facilities to the interest of consumers revisiting at Alfamart Raya Sukodono Minimarket, Sidoarjo, the data collection tools used in this research are questionnaires and documentation, samples taken amounting to 108 respondents. The sampling techniques in this study were conducted with accidental sampling. Results of research gained (1) there is an influence of quality of service on the interest of returning consumers. (2) There is a promotional influence on the consumer's return interest. (3) There is the influence of facility availability against consumer revisiting interest. (4) There is a simultaneous influence between the quality of service, promotion, and availability of facilities against the interest of returning consumers.

Keywords: *Service Quality, Promotion, Availability of Facilities and Consumers Revisit*

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini khususnya bisnis ritel modern di Indonesia pada masa era globalisasi mengalami peningkatan yang cukup pesat. Ada alasan kenapa saat ini bisnis ritel moderen bermunculan, dikarenakan melihat peluang dari adanya kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi. Dari permasalahan itulah muailah bermunculan toko gerai ritail secara bersaing untuk menarik daya beli konsumen akan kebutuhannya.

Pengusaha bisnis ritail sekarang ini gencar melakukan strategi agar memikat konsumen untuk membeli kebutuhannya di toko ritel miliknya yaitu dengan melakukan promosi harga di setiap produk-produk yang dijual serta membangun citra toko yang baik.

Untuk saat ini konsumen atau pelanggan memerlukan tempat atau toko untuk berbelanja kebutuhannya dengan aman dan nyaman, untuk itu pengusaha ritel dituntut untuk selalu berupaya meningkatkan atau memenuhi kebutuhan konsumen akan rasa aman dan nyaman saat berbelanja. Selain itu juga salah satu unsur terpenting dalam suatu organisasi bisnis ritel adalah keunggulan kualitas pelayanan yang dimilikinya,

Dalam persaingan dunia usaha saat ini khususnya ritel diperlukan juga kualitas pelayanan yang memuaskan bagi setiap konsumen yang mengunjunginya. Dengan diberikannya kualitas pelayanan yang baik merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk meningkatkan nilai keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan atau knsumen (Tjiptono, 2008).

Selanjutnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh peritel juga mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah promosi-promosi yang diberikan peritel terhadap konsumen misalnya menawarkan promosi harga untuk produk-produk tertentu dengan harga yang sangat murah, hal ini dilakukan secara tidak langsung bentuk informasi pemasaran secara tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli dan dikemudian hari konsumen akan loyal untuk membeli ditempat yang sama.

Setelah kualitas pelayanan dan promosi perusahaan juga harus memiliki ketersediaan fasilitas yang memadai. Selain toko ritel memberikan kualitas pelayan yang baik serta memberikan promosi harga kepada konsumen toko ritel juga dituntut untuk menyediakan fasilitas agar konsumen saat berbelanja lebih terbantu, diantaranya menyediakan lahan parkir, kamar kecil/WC, rak ketersediaan barang dikelompokkan secara rapi, tempat duduk atau tempat untuk minum kopi. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kenyamanan dalam berbelanja yang dibutuhkan konsumen.

Dari latar belakang permasalahan diatas perusahaan riel yang jadi objek penelitian ini adalah PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart/ Perseroan), mengawali usahanya di bidang perdagangan dan distribusi, kemudian pada 1999 mulai memasuki sektor minimarket. Saat ini Alfamart merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, Alfamart menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau

Berdasarkan paparan diatas tentang fenomena yang terjadi pada persaingan bisnis ritel saat ini maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Ketersediaan Fasilitas terhadap minat Konsumen berkunjung kembali pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono, Sidoarjo.

Landasan Teori

Teori mengenai kualitas pelayanan (*service quality*) dapat ketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah dirasakan selama berbelanja ditempat pusat berbelanja atau ditempat yang lain kemudian konsumen membanding-bandingkan pelayanan yang mana yang dirasa membuat mereka puas.

Teori mengenai promosi menurut Tjiptono (2008:209-210) merupakan bentuk dari komunikasi pemasaran yang berdasarkan aktivitas pemasaran yang menyampaikan informasi kepada konsumen dalam bentuk iklan

media elektronik atau media cetak, demi memikat daya tarik konsumen agar terpengaruh terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Kemudian landasan teori mengenai ketersediaan fasilitas menurut Tjiptono (2006:184) yaitu menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung, dalam hal ini adalah fasilitas pendukung dalam berbelanja di toko ritel. Misalnya fasilitas dalam bentuk kepentingan konsumen disaat melakukan pembelian .

Setela itu landasan teori minat berkunjung kembali yaitu tingkat yang dirasakan oleh konsumen dalam pengalaman membeli sesuatu produk ditempat yang pernah dikunjungi.

Indikator Variabel

Indikator yang digunakan peneliti dalam variabel kualitas pelayanan Zeithamal, *et. Al* (dikutip oleh Kartika 2011) adalah :

1. *Tangible*
2. *Reliability*
3. *Resposiveness*
4. *Assurance*
5. *Emphaty*

Kemudian indikator dari variabel promosi J. Paul Peter dan James H.donnelly (2007:111) adalah :

1. *Advertising*
2. *Sales Promotion*
3. *Personal Selling*
4. *Public Relation*

Berikutnya adalah indikator dari variabel ketersediaan fasilitas dalam penelitian yang dilakukan Lia Devi (2017:23) :

1. Kelengkapan sarana prasarana
2. Pemenuhan kebutuhan konsumen
3. Keuntungan untuk konsumen
4. Memberi kemudahan bertransaksi

Setelah itu menurut Umar (2003) indikator yang digunakan dalam minat berkunjung kembali adalah :

1. Kualitas Pelayanan
2. Kenyamanan
3. Merasa terpuaskan
4. Merasa terpenuhi

Kerangka Konseptual & Hipotesis

Kerangka konseptual merupakan gambaran dari penelitian yang akan dilakukan, gambaran dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1) diukur dengan indikator Ketepatan layanan (X1.1), Kecepatan layanan (X1.2), Keramahan layanan (X.1.3), dan Kenyamanan (X1.4). Promosi (X2) diukur dengan indikator Kualitas promosi (X2.1), Kuantitas promosi (X2.2), Kesesuaian harga (X.2.3), Ketepatan sasaran (X2.4). Ketersediaan Fasilitas (X3) diukur dengan indikator Kelengkapan Sarana (X3.1), Pemenuhan Kebutuhan (X3.2), Keuntungan (X3.3), Menarik (X4.4). Berkunjung Kembali (Y) diukur dengan indikator Ketertarikan (Y.1), Kenyamanan (Y.2), Terpuaskan (Y.3), Terpenuhi kebutuhan (Y.4).

Setelah memberi gambaran tentang konsep dalam penelitian, kemudian peneliti melakukan hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo.
2. Terdapat pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo.
3. Terdapat pengaruh ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi, dan ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Populasi

Pada penelitian ini jumlah populasi adalah konsumen yang berbelanja di alfamart dalam kurun waktu satu bulan dalam bulan November sampai dengan Desember 2019.

Sampel

Dari hasil sampel yang didapatkan adalah 108, angka tersebut di peroleh dari jumlah indikator 12×6 .

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen ini dimaksudkan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak, yaitu akan diuji validitas dan reliabilitas. Berikut adalah pengujian validitas:

a. Uji Validitas

Hasil dari pengujian validitas yang telah dilakukan dari pembagian kuesioner kemudian di rekapitulasi data oleh peneliti dan selanjutnya diuji menggunakan aplikasi SPSS membuktikan bahwa semua item dalam pernyataan yang ada pada kuisisioner menunjukkan hasil yang signifikan yaitu mempunyai nilai kurang dari 0,05. Hasil tersebut dapat dikatakan semua item pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,920	0,60	Reliabel
Promosi (X ₂)	0,837	0,60	Reliabel
Ketersediaan Fasilitas (X ₃)	0,878	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,937	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Setelah diuji validitas dinyatakan valid kemudian peneliti melakukan pengujian reliabilitas, hasil dari pengujian membuktikan bahwa semua variabel menunjukkan nilai lebih dari $>0,060$. Hasil tersebut dapat dikatakan semua variabel yang diuji adalah reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Tabel Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Hasil	Kriteria
Uji Normalitas	0,995	Sig>0,05
Keterangan	Berdistribusi Normal	
Uji Multikolinieritas		
1.Kualitas Pelayanan (X ₁)		
Tolerance	0,830	
VIF	1,204	
2. Promosi (X ₂)		Tolerance > 10 atau VIF <10
Tolerance	0,990	
VIF	1,011	
Ketersediaan Fasilitas (X ₃)		
Tolerance	0,829	
VIF	1,206	
Uji Auto Korelasi		
Hasil	2,061	du < DW < (4-du)
Keterangan	Tidak Terjadi Autokorelasi	
Uji Heterokedastisitas		
	Hasil pengujian menunjukkan tidak adanya Heterokedastisitas dalam gambar pengujian	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Uji Normalitas

Hasil pengujian yang didapat dari uji normalitas menunjukkan bahwa hasil dari

pengujian mempunyai nilai yang lebih dari 0,05.

Uji Multikolinieritas

Setelah diuji normalitas kemudian dilanjutkan diuji multikolinieritas yang didapatkan hasil yakni nilai dari VIF kurang dari <10.

Uji Autokorelasi

Selanjutnya untuk diuji autokorelasi didapat nilai dari tabel durbin watson nilainya menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam pengujian.

Uji Heterokedastisitas

Dilihat dari gambar pengujian hasil yang menunjukkan tidak terjadinya heterokedastisitas. dalam gambar scatterplot

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	10,811
Kualitas Pelayan (X ₁)	0,318
Promosi (X ₂)	0,877
Ketersediaan Fasilitas (X ₃)	0,251

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

$$Y = 5,264 + 0,171X_1 + 0,278X_2 + 0,251X_3 + e$$

Berikut penjabaran dari persamaan regresi sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 5,264

Membuktikan bahwa jika variabel bebas Kualitas Pelayanan (X₁), Promosi (X₂), dan variabel Ketersediaan fasilitas (X₃) sama dengan nol, maka Minat Berkunjung Kembali (Y) akan sebesar 5,264 satuan.

b. Nilai dari hasil pengujian regresi variabel kualitas pelayanan diperoleh persamaan

regresinya sebesar 0,171. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai dari variabel promosi, dan ketersediaan fasilitas konstan atau sama dengan nol

- c. Kemudian Nilai koefisien variabel Promosi sebesar 0,278. Hasil tersebut dikatakan positif dikarenakan tidak ada perubahan dari nilai variabel kualitas pelayan dan ketersediaan fasilitas konstan.
- d. koefisien regresi yang didapat dari variabel Ketersediaan fasilitas sebesar 0,251, hasil tersebut menunjukkan hasil yang positif dikarenakan nilai dari variabel kualitas pelayanan dan promosi adalah konstan.

Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Tabel Uji T

Variabel	T	Sig.
Kualitas Pelayanan (X ₁)	2,607	0,011
Promosi (X ₂)	7,036	0,000
Ketersediaan Fasilitas (X ₃)	2,066	0,041

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

1. Hasil yang didapat dari pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan (X₁) menunjukkan nilai t_{hitung} 2,104 dengan nilai sig sebesar 0,038 sehingga (0,038 < 0,05). Hasil tersebut dikatakan positif dan berpengaruh.
2. Pengujian hipotesis variabel promosi (X₂) t_{hitung} 3,105 dengan nilai sig yang diperoleh sebesar 0,002 dari hasil tersebut menunjukkan nilainya kurang dari 0,05 hasil tersebut membuktikan terdapat pengaruh.
3. Pada variabel ketersediaan fasilitas (X₃) t_{hitung} 2,066 dengan nilai sig 0,041 sehingga (0,041 < 0,05). Maka dapat dikatakan ada pengaruh.

b. Uji f

Tabel Uji F

F	Sig.
---	------

Regression 8,197 0,000^b

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Diperoleh nilai F_{hitung} 8,197 dengan nilai sig sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pembahasan

Hasil yang di dapat dalam pengujian pengaruh variabel kualitas pelayan terhadap ketersediaan fasilitas membuktikan bahwa kualitas pelayan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,038 sehingga ($0,038 < 0,05$).

Kemudian pengujian yang didapat pada variabel promosi diperoleh nilai sebesar 0,002 sehingga ($0,002 < 0,05$), yang artinya hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Kemudian hasil yang diperoleh dari pengujian variabel ketersediaan fasilitas mempunyai nilai 0,041 sehingga ($0,041 < 0,05$), hasil tersebut menunjukkan hipotesis yang diajukan dapat diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian serta hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. Hasil menunjukkan hipotesis yang diajukan telah teruji kebenarannya.
2. Terdapat pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. Hasil menunjukkan hipotesis yang diajukan telah teruji kebenarannya.
3. Terdapat pengaruh ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. Hasil menunjukkan hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, promosi, dan

ketersediaan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali konsumen pada Minimarket Alfamart Raya Sukodono Sidoarjo. Hasil menunjukkan hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

IMPLIKASI

Penelitian ini diharapkan kedepan agar gerai ritail yang ada lebih mengutamakan kepuasan konsumen dalam segi kualitas pelayanan yang diberikan, memberikan promosi harga/diskon dan memberikan fasilitas yang memadai sesuai kebutuhan konsumen.

KETERBATASAN PENELITIAN

Sampel yang digunakan berjumlah 108 responden

DAFTAR RUJUKAN

- Amri, Syaeful, 2012, *Analisis pengaruh kualitas produk, kebersihan dan kenyamanan di pasar tradisional terhadap perpindahan berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern di kota Semarang*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Anggraeni, Tricilia Dewi Mars, 2015, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata PT. Godongijo Asri Dalam membentuk minat berkunjung ulang*, Skripsi, Institut Pertanian, Bogor.
- Bariroh, Hikmatul, 2015, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat membeli konsumen pada minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart*, Jurnal, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Buyung, 2012, *Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket Alfamart Todopuli di kota Makassar*, Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Damayanti, Mailiza, 2015, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang pada obyek wisata pemandian air panas Guci di kabupaten Tegal*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Faradisa, Isti, 2016, *Analisi Pengaruh variasi produk, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesia Coffee shop Icos Cafe*, Skripsi, Universitas Pandanaran, Semarang.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- <https://books.google.co.id/books?id=fcXnCQA AQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=twopage&q&f=false> , (Manajemen Minimarket , Panduan Mendirikan dan Mengelola ritel modern mandiri) diakses tanggal 25 Oktober 2017.
- <https://katadata.co.id/berita/2017/08/03/kuartal-ii-penjualan-alfamart-hero-indomaret-hypermart-naik-20> , diakses tanggal 25 Oktober 2017.
- <http://www.woodpress.com/KepuasanKonsumen> , diakses tanggal 27 Oktober 2017.
- Irawan, Putra Dani, 2014, *Pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Matahari Departement Store Yogyakarta*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Armstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1995, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2, PT. Indeks, Jakarta.
- Kusuma, Adhi Rah, 2009, *Kualitas pelayanan, kompetensi tenaga penjualan dan citra perusahaan terhadap minat beli ulang pada PT. Ratna Intan Kusuma di Semarang*, Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Martono, Nanang, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mursaid, Drs.M. 2014, *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Nurlestari, Ajeng Fitri, 2016, *Pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*, Jurnal, Sekolah Tinggi Pariwisata, Bogor.
- Oktaviyani, Kristina, 2011, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap minat berkunjung pada Kebun Binatang Medan*, Jurnal, Universitas Sumatera Utara.
- Peter, J.Paul & Olson, Jerry.C, 2013, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, Gava Media, Yogyakarta
- Pedoman Skripsi 2018. *Pedoman Penulisan Skripsi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*
- Sirait, Helena, 2017, *Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata bukit Gibeon kecamatan Ajibata kabupaten Toba Samosir*, Jurnal, Universitas Negeri Medan.
- Sugiyono, 2008, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua Belas, Alfabeta, Bandung.
- _____, 2010, *Marketing In Practice*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- _____, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Tim Dosen Fakultas Ekonomi, 2018, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Edisi XI, Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya.

Utami, C.W, 2008, *Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel*, Bayumedia, Malang.

Wijaya, Elita Mieke, 2011, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Zulian, Yamit, 2010, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Cet. 5, Ekonisia, Yogyakarta..