



# Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Bakso Laksana Wawotobi

Muh. Wahyuddin MH

Program Studi Manajemen Universitas Lakdiende Unaaha

[muhwahyumh@gmail.com](mailto:muhwahyumh@gmail.com)

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengukur pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi. Berdasarkan hasil uji parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

## PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah permintaan makanan cepat saji, menyebabkan pelaku usaha dituntut untuk mempertahankan kualitas produk dan harga yang sesuai untuk menjaga loyalitas pelanggan. Strategi ini diterapkan oleh para pelaku usaha agar konsumen selalu melakukan pembelian secara berulang dan konsumen tidak beralih pada kompetitor lain, penerapan strategi ini sering kali dijumpai pada usaha rumah makan salah satunya usaha rumah makan bakso. Bakso merupakan makanan cepat saji berbahan pokok daging giling yang dibentuk menyerupai bola kecil yang kenyal, dan disajikan bersama kuah dengan cita rasa yang khas.

Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pembeli pada suatu barang ataupun jasa, yang dibuktikan dengan adanya pembelian ulang secara terus-menerus. Loyalitas merupakan rasa kesetiaan konsumen untuk selalu mengkonsumsi produk dari pabrik yang sama, sehingga loyalitas bersifat jangka panjang yang akan dilakukan secara terus-menerus oleh individu. Sedangkan pelanggan adalah orang yang berulang kali membeli produk di tempat yang sama dan menggunakannya (Tjiptono, 2012).

Faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki oleh suatu produk maupun jasa yang berhubungan erat dengan ekspektasi konsumen (Roselina & Niati, 2019). Banyak pelaku usaha berlomba-lomba untuk menghasilkan produk yang berkualitas seperti apa yang diinginkan oleh konsumen, karena suatu produk bisa dikatakan berkualitas apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang harapan oleh konsumen dan mampu memberikan nilai yang positif terhadap produk atau jasa yang bisa melebihi ekspektasi pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Menurut Riyono & Budiharja (2016), harga adalah sesuatu yang digunakan oleh konsumen untuk pertukaran barang atau jasa. Harga bukan hanya nominal yang harus dibayarkan oleh pelanggan tetapi juga berbentuk imbalan berupa ongkos, gaji, dan sewa lokasi yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk barang yang mereka gunakan.

Hasil observasi, Warung Bakso Laksana Wawotobi memiliki beberapa pesaing usaha yang sama. Harga yang ditawarkan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi lebih mahal dari pada harga yang ditawarkan oleh beberapa warung bakso lainnya. Namun jika dilihat berdasarkan kualitas produk, tekstur dan rasa daging yang terdapat pada bakso, kualitas produk pada warung bakso lainnya tidak senikmat pada Warung Bakso Laksana Wawotobi. Pada Rumah Makan Bakso Lumayan tekstur bakso kurang kenyal dan cita rasa kuah yang diberikan kurang terasa, hal tersebut tentu saja akan mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk mengkonsumsi bakso.

Adapun kelebihan dari Warung Bakso Laksana Wawotobi ini yaitu, kualitas produk yang ditawarkan cukup baik dengan menggunakan bahan-bahan pilihan yang tentu saja akan menjaga kualitas dari cita rasa bakso itu sendiri. Namun Warung Bakso Laksana Wawotobi ini juga memiliki kekurangan dari segi harga, harga yang ditawarkan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi cukup tinggi dari pesaing sekitar. Hal ini dikarenakan bahan baku yang digunakan adalah bahan berkualitas, sehingga hal ini mempengaruhi harga di Warung Bakso Laksana Wawotobi.

Dari permasalahan tersebut, tentu saja akan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam mengkonsumsi bakso, sehingga hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Warung Bakso Laksana Wawotobi untuk tetap menjaga loyalitas

pelanggan dengan menawarkan bakso yang berkualitas dengan harga yang cukup tinggi dari pesaing.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

## METODE

### Populasi

Menurut Nanang Marwanto (2012), Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada dalam suatu wilayah yang memenuhi syarat-syarat tertentu, yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan individu dalam ruang lingkup yang diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi, dimana jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti.

### Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi, (Suharsimi, 2015). Untuk menentukan ukuran sampel yang tidak diketahui secara pasti, Roscoe dalam (Sugiyono, 2018:155) mengatakan bahwa ukuran sampel yang cocok berkisaran antara 30 sampai 500 responden. Kemudian Roscoe dalam (Ferdinand, 2014:173) mengatakan bahwa besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali dari variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel bebas sehingga  $(25 \times 2 = 50)$ , sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 50 responden pada pelanggan Warung Bakso Laksana Wawotobi.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel adalah elemen atau nilai yang berasal dari obyek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu, yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Berdasarkan metode penelitian dan obyek penelitian yang digunakan, maka peneliti menarik kesimpulan pada setiap variabel yaitu sebagai berikut:

### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah rasa percaya diri yang dimiliki pelanggan untuk terus menggunakan atau membeli barang atau jasa yang sama dari perusahaan yang sama. Menurut Griffin (2005) ada tiga indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan yaitu: Melakukan pembelian ulang secara teratur, Mereferensikan kepada orang lain, dan Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

### Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya sebagaimana yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Fatlahah & Aniek (2013) ada beberapa indikator kualitas produk yaitu: Aroma makanan, daya tahan makanan, porsi makanan, temperatur suhu makanan, rasa makanan dan tekstur makanan seperti kenyal, padat, lembut atau keras.

### Harga

Harga adalah kewajiban yang harus dibayarkan oleh konsumen atas barang atau jasa yang telah didapatkan oleh konsumen. Ada empat indikator harga menurut Kotler dan Amstrong terjemahan Sabran (2012:52) yaitu: Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, keterjangkauan harga, dan daya saing harga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, uji analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.925	6.691		-.437	.664
1 Kualitas Produk	.222	.118	.239	2.885	.004
Harga	.493	.142	.441	3.483	.001

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah  $Y = (-2.925) + 0,222$

$X_1 + 0,493 X_2$  yang memiliki arti bahwa nilai loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

### Uji Simultan (F)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk melihat pengaruh semua variabel independen yang secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen.

Adapun pengambilan keputusan pada uji F dapat dilihat apabila, nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  serta nilai signifikan lebih kecil ( $<0,05$ ) maka secara simultan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. sebaliknya apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  serta nilai signifikan ( $>0,05$ ) maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	144.840	2	72.420	10.799	,000 <sup>b</sup>
Residual	315.180	47	6.706		
Total	460.020	49			

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai ( $F_{hitung} = 10.799$ ) untuk kualitas produk dan harga dengan nilai ( $F_{tabel} = 3,20$ ), sedangkan nilai signifikansinya adalah 0,000. Adapun pengambilan keputusan pada uji F dapat dikatakan positif dan signifikan apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  serta nilai signifikan lebih kecil ( $<0,05$ ). Berdasarkan nilai yang diperoleh  $F_{hitung} (10.799) > F_{tabel} (3,20)$  dengan nilai signifikannya adalah  $0,000 < 0,05$  maka secara simultan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

### Uji Parsial (t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menguji, bagaimana pengaruh masing-masing (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikannya  $< 0,05$  maka variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, Sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikannya  $> 0,05$  maka variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.925	6.691		-.437	.664
1 Kualitas Produk	.222	.118	.239	2.885	.004
Harga	.493	.142	.441	3.483	.001

### Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa nilai ( $F_{hitung} = 10.799$ )  $> F_{tabel} (3,20)$  dengan nilai signifikannya adalah  $0,000 < 0,05$  maka secara simultan dapat dikatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi, dan hasil uji parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

Selanjutnya pada hasil uji koefisien determinasi, variabel kualitas produk dan harga dapat dijelaskan sebesar 58,6% dari loyalitas pelanggan dan sisanya yaitu sebesar 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Besarnya pengaruh kualitas produk yang menjadi faktor utama dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sedangkan faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga. Harga merupakan sesuatu yang dapat dijadikan alat untuk melakukan pertukaran barang atau jasa oleh konsumen (Riyono & Budiharja, 2016). Apabila harga yang ditawarkan cukup tinggi namun kualitas produk mengalami penurunan, maka pelanggan akan mempertimbangkan hal tersebut untuk melakukan pembelian ulang pada Warung Bakso Laksana Wawotobi. Hasil

penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Kelin Parlin Queen (2022), yang menjelaskan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah.

### ***Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan***

Pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai ( $t_{hitung} = 2.885$ ) > ( $t_{tabel} = 2,011$ ) dengan nilai signifikannya adalah  $0,004 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

Kualitas produk adalah sejauh mana produk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam penilaian untuk memenuhi harapan pelanggan, Lupiyoadi (2013). Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila saat proses pembuatannya perusahaan tidak melakukan kesalahan yang akan berakibat pada cacat produksi, sehingga perusahaan selalu dituntut untuk bisa mencapai kualitas produk yang diinginkan pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Riska Asnawi Nyonyie (2019), yang menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kosmetik wardah di Transmart Bahu Manado. Dengan hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada kosmetik wardah di Transmart Bahu Manado. Dari pembahasan diatas dapat dikatakan bahwa hasil penelitian penulis mendukung teori dari hasil penelitian terdahulu dimana kualitas produk memiliki pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan.

### ***Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan***

Pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai ( $t_{hitung} = 3.483$ ) > ( $t_{tabel} = 2,011$ ) dengan nilai signifikansinya adalah  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara parsial bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2006:181), Harga adalah nilai tukar yang diberikan untuk memperoleh produk dan jasa yang diinginkan oleh konsumen. Penetapan harga seringkali menjadi masalah apabila perusahaan mengembangkan suatu produk dan mulai menentukan harga, harga jual yang tinggi sering kali dipertimbangkan oleh pelanggan terlebih lagi produk tersebut belum diketahui kualitas produknya secara pasti.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Amalia Isnaini Purinda Laksana (2022), yang menjelaskan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. Dari pembahasan diatas dapat dikatakan bahwa hasil penelitian penulis mendukung teori dari hasil penelitian terdahulu, harga memiliki pengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan hasil pembahasan pada penelitian ini, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa, variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Bakso Laksana Wawotobi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia Isnaini Purinda, (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika : Akutansi, Bisnis Dan Keuangan* Volume. 2 No.5.
- Arikunto (2006) Manajemen Pemasaran. (Edisi 13. Vol 1). Jakarta : Erlangga. Buchari (2012)
- Fatlahah, Aniek. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Cream Walls Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1 (2), 472-85.
- Febrian, & Feby. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 41-55.
- Ferdinand, 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro, Semarang.

- Foster, B. (2008). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel kota Manado. *Jurnal EMBA, Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Ghozali, (2005) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA, Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Griffin Jill, (2005). *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta : Erlangga.
- Huriyati, R. (2014) *Bauran Pemasaran dan Loyalitas pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Hutchin, (2002), Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *Jurnal Manajemen. Universitas Pembangunan Panca Budi*.
- Ismael Nurdin (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*, Jakarta: Penerbit Liberty.
- Kelin Parlin Queen, (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah. *SINOMICS JOURNAL, Volume.1 No.3*.
- Kotler & Armstrong, (2006). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 1 No 2 (2018)*.
- Kotler Dan Keller (2011) *Manajemen Pemasaran. (Edisi 13. Vol 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13 Ed., Vol. 1)* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016) *Manajemen Pemasaran. (Edisi 13. Vol 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2013). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kripik Nenas Didesa, Kualu. Kecamatan, Tambang. Kabupaten, Kampar. Provinsi, Riau. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 14 (2018) Universitas Mulawarman*.
- Nanang Marwanto, (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Data Sekunder Edisi Revisi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, Hal 74.
- Nasution (2009) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel (Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasuruan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 9. No.1*.
- Riska Asnawi Nyonyie, (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Ditransmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.9 No.3*.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang, 8(2),92-121*.
- Roselina, M.A., & Niati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas pelanggan Elsa Hijab Semarang. *Solusi, 17(3)*
- Sabran, (2012). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kemasan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 64 Kutabumi Tangerang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 6 (1): 1-2*.
- Stefani Chandra, (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Central Computer Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 10 No.1*.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta. Bandung. Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta.
- Suharsini, (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kemasan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 64 Kutabumi Tangerang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 6 (1): 1-2*.
- Tjiptono, F. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 Dilampung Tengah. *SINOMIKA JOURNAL, Volume 1 No.3 (2022)*. Universitas Bandar Lampung.
- Wiratna Sujarweni, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopisae, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.9 No.6. Jurnal Manajemen dan Bisnis*.