

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TOKO BAJU ALL DISTRO MARTAPURA

Putri Alka Divaswani¹, Lamsah², Ervica Zamilah³

Fakultas Ekonomi

Program Studi Manajemen

Universitas Islam Kalimantan MAB

E-mail : Alqadivaswani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada toko baju All Distro Martapura. Metode Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuisioner Adapun beberapa penelitian yang dilakukan melalui penelitian lapangan, yaitu penelitian secara langsung di toko baju All Distro Martapura dengan mengadakan wawancara langsung dan pemberian kuesioner terhadap pengunjung toko baju All Distro Martapura, serta penelitian pustaka (library research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan tulisan – tulisan yang terdapat hubungan dengan objek penulisan dimana untuk memperoleh landasan teori yang akan digunakan dalam membahas masalah yang diteliti.

Hasil penelitian yang dilakukan kepada beberapa pengunjung menunjukkan bahwa keseluruhan variable memiliki tingkat pengaruh yang besar untuk keputusan pelanggan toko baju all distro Martapura. Hasil tersebut berarti terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan berarti semakin baik pula kepuasan pelanggan pada toko baju All Distro Martapura.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer satisfaction with service quality at the All Distro store. The research method used is descriptive qualitative research. Data collection methods used are questionnaires. Several studies conducted through field research, namely research directly at the All Distro store by conducting direct interviews and giving questionnaires to visitors to All Distro store, as well as library research (library research), namely research carried out using writings that have a relationship with the object of writing where to obtain the theoretical foundation that will be used in discussing the problem under study.

The results of the research conducted on several visitors indicate that the overall variable has a large degree of influence on the decisions of All Distro store customers. These results mean that there is a positive influence between customer satisfaction on service quality. This shows that the better the quality of service means the better the customer satisfaction at the All Distro store.

Keyword : Consumer Satisfaction, Service Quality

PENDAHULUAN

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif didalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion , karena adanya fashion akan menunjang penampilan agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat . Produk fashion merupakan produk yang dapat di konsumsi dalam jangka panjang

karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun, produk fashion meliputi pakaian ,sepatu,tas,aksesoris, dan lain sebagainya.

Persaingan dibidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan (produk yang dijual) dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual oleh toko baju All Distro Martapura. Banyak pemasar yang berusaha untuk menawarkan model pakaian terkini yang

menggunakan bahan berkualitas, pembuatan desain secara khusus yang dibuat oleh toko-toko tersebut atau ciri khas dari toko, bahkan mereka memberikan penawaran harga yang pas dikantong (murah). Semua pilihan tergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilih baju dengan harga yang tergolong mahal atau harga murah kualitas oke. Kepercayaan biasanya menjadi sebuah masalah bila ada informasi asistematis dan peluang oportunistik. Berkurang informasi asimetris mengakibatkan meningkatnya kepercayaan. Oleh karena itu untuk meningkatkan brand trust toko harus memberikan pelayanan yang dapat menekankan pada informasi dan pengetahuan konsumen tentang merk produk agar perusahaan mampu meningkatkan keputusan pembelian. Supaya brand trust meningkat toko all distro juga harus meningkatkan layanan yang berpijak pada informasi serta pengetahuan konsumen tentang merk produk agar toko All Distro mampu meningkatkan keputusan pembeli.

Setelah adanya kepercayaan, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak jadi membeli. Keputusan pembelian adalah lima tahapan yang dilalui oleh konsumen yang pertama adalah pengenalan masalah, kedua pencarian informasi, ketiga evaluasi alternatif, ke empat keputusan pembelian, dan yang kelima adalah pasca pembelian.

Metode pengukuran kualitas pelayanan dengan menggunakan sepuluh dimensi dikenal dengan nama metode SERVQUAL (service Quality). Dalam perkembangannya dari sepuluh dimensi dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut menurut Parasuraman, et al (Tjiptono, 2002:70) meliputi:

- 1) Bukti langsung (tangibles), yaitu meliputi fasilitas, fisik, lahan parkir, Perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat dan memuaskan
- 3) Daya tangkap (responsiveness), yaitu menyangkut kesiapan dan kecepatan

respon karyawan, bersedia membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- 4) Jaminan (assurance), yaitu jaminan perasaan aman dan keramahan pelayanan bersumber dari pengetahuan karyawan
- 5) Empati (emphaty), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Setiap pengusaha harus mempertimbangkan setiap kegiatan yang dianggap penting dan mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan usaha yang dijalankan, seperti kegiatan pemasaran, dimana kegiatan ini dimaksudkan. Beberapa aspek kepuasan konsumen perlu mendapat perhatian oleh pemilik toko baju All distro Martapura agar dapat memuaskan dan memelihara konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik mengetahui lebih jauh bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada toko baju All Distro penelitian dilakukan secara langsung.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian Kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

PEMBAHASAN

Analisis hasil kuesioner mengenai perbandingan kenyataan dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan toko baju All Distro yang melibatkan 30 orang sebagai responden yang berdasarkan pada 5 dimensi kualitas jasa, yaitu Bukti Langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sebagai berikut:

(1) Dimensi Bukti Langsung (tangibility)

Dalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepuasan konsumen dan penilaian responden terhadap aspek tangibility atau bukti langsung dari pelayanan toko baju All Distro . Menurut persepsi konsumen tentang dimensi bukti langsung (tangibility), dapat dilihat pada table 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Distribusi frekuensi Tingkat kepuasan Dimensi bukti langsung (*tangibility*)

No	Buktlangsung (Tangibility)	S B	B	C B	K B	T B
1	Kerapian dan kebersihan tempat	11	13	5	1	-
2	Tempat parkir yang aman dan luas	7	14	9	-	-
3	Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan	6	12	7	5	-

Sumber: Data primer yang diolah

(2) Kehandalan (Reability)

Aspek kehandalan (*reliability*) pelayanan ini di lihat dari kemampuan pelayanan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan cepat pada toko baju All Distro. Menurut persepsi konsumen tentang dimensi kehandalan (*reability*) Hal ini dapat dilihat dari table 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada dimensi bukti langsung (*tangible*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada kerapian dan kebersihan tempat makan yang dimiliki toko baju All Distro, 11 responden atau 36,67% menjawab sangat baik, 13 responden atau 43,33% menjawab Baik, 5 responden atau 16,67% menjawab cukup baik, 1 responden atau 3,33% Menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik. Berdasarkan table diatas pada dimensi bukti langsung (*Tangibility*) dapat diketahui Pada aspek Tempat parkir yang aman dan luas yang dimiliki oleh toko baju All Distro 30 responden yang diteliti : 7 responden atau 23,33,% menjawab sangat baik, 14 responden atau 46,67% menjawab Baik, 9 responden atau 30% menjawab cukup baik, 0 responden atau 0% menjawab tidak baik dan 0. Responden atau 0% menjawab sangat tidak baik. Berdasarkan table diatas pada dimensi bukti langsung (*Tangibility*) dapat diketahui Pada aspek Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti : 6 responden atau 20% menjawab sangat baik, 12 responden atau 40% menjawab Baik, 7 responden atau 23,33% menjawab cukup baik, 5 responden atau 16,67% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan

Dimensi Kehandalan (Reability)

No	Kehandalan (Reability)	SB	B	CB	KB	TB
1	Pelayan mampu memberikan yang tepat sesuai keinginan	4	18	8	-	-
2	Pelayan yang diberikan secara cepat dan baik	2	15	12	1	-

3	Pelayan secara cepat melakukan koreksi bila ada kesalahan	3	20	5	2	-
---	---	---	----	---	---	---

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada dimensi kehandalan (reability) dari 30 responden yang diteliti, maka pada Pelayan mampu memberikan pelayanan yang tepat sesuai keinginan pelanggan di toko baju All Distro, 4 responden atau 13,33% menjawab sangat baik, 18 responden atau 60% menjawab Baik, 8 responden atau 26,67% menjawab cukup baik, 0 responden atau 0% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi kehandalan (reability) dapat diketahui Pada aspek Pelayan secara cepat dan baik toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti : 2 responden atau 6,67% menjawab sangat baik, 15 responden atau 50% menjawab Baik, 12 responden atau 40% menjawab cukup baik, 1 responden atau 3,33% menjawab tidak baik dan 0 Responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi kehandalan (reability) dapat diketahui Pada aspek Pelayan secara cepat melakukan koreksi bila ada kesalahan di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti : 3 responden atau 10% menjawab sangat baik, 20 responden atau 67,67% menjawab Baik, 15 responden atau 50% menjawab cukup baik, 2 responden atau 6,67% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

(3) Daya tangkap (responsiveveness)

Daya tangkap pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen juga merupakan hal yang penting. Menurut persepsi konsumen tentang dimensi daya Tanggap (responsiveness) Untuk melihat hal ini dapat dilihat pada table 9 berikut ini.

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness)

N o	Daya Tanggap (Responsiveness)	S B	B	C B	K B	T B
1	Selama waktu sibuk ,pelayanan bekerja secara cepat dan teratur	2	14	11	3	-
2	Pelayanan memberikan layanan dengan cepat	3	10	15	2	-
3	Pelayanan mampu memberikan pelayanan untuk memenuhi keinginan konsumen	6	9	12	3	-

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada dimensi daya tanggap (Responsiveness) dari 30 responden yang diteliti, pada aspek

Selama waktu sibuk, pelayanan bekerja secara cepat dan teratur pada toko baju All Distro, 2 responden atau 6,67% menjawab sangat baik, 14 responden atau 46,67% menjawab Baik, 11 responden atau 36,67% menjawab cukup baik, 3 responden atau 10% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) dapat Diketahui Pada aspek pelayanan memberikan layanan dengan cepat di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti, 3 responden atau 10% menjawab sangat baik, 10 responden atau 33,33% menjawab Baik, 15 responden atau 50% menjawab cukup baik, 2 responden atau

6,67% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada Dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) dapat diketahui Pada aspek pelayanan mampu memberikan pelayanan ekstra untuk memenuhi keinginan konsumen di toko baju All Distro dari 30 respoden yang diteliti, 6 responden atau 20% menjawab sangat baik, 9 responden atau 30% menjawab Baik, 12 responden atau 40% menjawab cukup baik, 3 responden atau 10% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik

(4) Jaminan (*assurance*)

Memberikan jaminan yang baik terhadap konsumen juga sangat penting. Dalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepuasan konsumen toko baju All Distro. Menurut persepsi konsumen tentang dimensi jaminan (*assurance*) dapat dilihat dari Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan

Jaminan (*Assurance*)

N	Jaminan(Assurance)	S	B	C	K	T
o		B		B	B	B
1	Kedai mampu membuat konsumen nyaman berkomunikasi dengan pelayanan	8	1 5	7	-	-
2	Perilaku pelayan dapat membuat rasaaman konsumen	-	1 2	15	5	-

3	Pelayanan memiliki kemampuan dan keterampilan untuk bekerja dengan baik	4	1 8	5	3	-
---	---	---	--------	---	---	---

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada dimensi Jaminan (*Assurance*) dari 30 responden yang diteliti, pada aspek toko mampu membuat konsumen nyaman berkomunikasi dengan pelayanan pada toko baju All Distro, 8 responden atau 26,67% menjawab sangat baik, 15 responden atau 50% menjawab Baik, 7 responden atau 23,33% menjawab cukup baik, 0 responden atau 0% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada Jaminan (*Assurance*) dapat diketahui Pada aspek perilaku pelayan dapat membuat rasa aman konsumen di toko baju All Distro dari 30 respoden yang diteliti, 0 responden atau 0% menjawab sangat baik, 12 responden atau 40% menjawab Baik, 13 responden atau 43,33% menjawab cukup baik, 5 responden atau 16,67% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada Jaminan (*Assurance*) dapat diketahui Pada aspek pelayanan memiliki kemampuan dan keterampilan untuk bekerja dengan baik di toko baju All Distro dari 30 respoden yang diteliti, 4 responden atau 13,33% menjawab sangat baik, 18 responden atau 60% menjawab Baik, 5 responden atau 16,67% menjawab cukup baik, 3 responden atau 10% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

(5) Empati (empahaty)

Empati atau kemampuan untuk merasakan apa yang di rasakan oleh Konsumen merupakan hal yang penting bagi setiap pelayanan rumah makan. Dalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepuasan konsumen toko baju All Distro . Menurut persepsi konsumen tentang dimensi empati(emphaty) Untuk Mengetahui hal ini dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Tingkat Kepuasan

Empati (Empahaty)

No	Empati(Empahaty)	S	B	C	K	T
		B		B	B	B
1	Toko baju All Distro memiliki pelayan yang mampu memperlihatkan keinginan dan kebutuhan konsumen	1	14	15	11	-
2	Toko baju All Distro mampu membuat konsumen merasa special	3	15	11	1	-
3	Toko baju All Distro memiliki pelayan yang simpati dan bertanggung jawab	1	14	12	3	-
4	Toko baju All Distro sangat memperhatikan kepentingan konsumen	2	13	12	3	-

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada dimensi Empati (Empahaty) dari 30 responden yang diteliti, pada aspek toko memiliki pelayan yang mampu memperlihatkan keinginan dan kebutuhan konsumen di toko baju All Distro , 1 responden

atau 3,33% menjawab sangat baik, 14 responden atau 46,67% menjawab Baik, 15 responden atau 50% menjawab cukup baik, 0 responden atau 0% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi Empati (Empahaty) dapat diketahui

Pada aspek kedai mampu membuat konsumen merasa special di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti, 3 responden atau 10% menjawab sangat baik, 15 responden atau 60% menjawab Baik, 11 responden atau 36,67% menjawab cukup baik, 1 responden atau 3,33% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi Empati (Empahaty) dapat diketahui Pada aspek toko memiliki pelayan yang simpati dan bertanggung jawab di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti, 1 responden atau 3,33% menjawab sangat baik, 14 responden atau 46,67% menjawab Baik, 12 responden atau 40% menjawab cukup baik, 3 responden atau 10% menjawab tidak baik dan 0 Responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

Berdasarkan tabel diatas pada dimensi Empati (Empahaty) dapat diketahui Pada aspek Kedai sangat memperhatikan kepentingan konsumen di toko baju All Distro dari 30 responden yang diteliti, 2 responden atau 6,67% menjawab sangat baik, 13 responden atau 43,33% menjawab Baik, 12 responden atau 40% menjawab cukup baik, 3 responden atau 10% menjawab tidak baik dan 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak baik.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan tentang Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pelanggan toko baju All Distro , maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

- 1) Konsumen beranggapan sangat baik mengenai kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh toko baju All Distro berdasarkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen sebagai responden faktor-faktor yang menjadi penilaian dalam mengukur kepuasan konsumen antara lain bukti langsung (tangibility), Kehandalan (Reability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) ,Empati (Empahaty).
- 2) Tingkat kepuasan konsumen toko baju All Distro berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen sebagai responden diperoleh hasil bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen toko baju All Distro dinyatakan baik. penilaian dalam mengukur kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung (tangibility), Kehandalan (Reability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance) , Empati (Empahaty).
- 3) Hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen sebagai responden konsumen ada yang beranggapan kurang baik dan perlu mendapatkan penanganan dengan prioritas utama agar sesuai dengan harapan konsumen adalah : Kerapian dan kebersihan tempat,Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan, Pelayan mampu memberi informasi tentang produk ,untuk memenuhi keinginan konsumen.
- 4) Hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen sebagai responden konsumen ada yang beranggapan kurang baik tetapi telah dilakukan cukup baik oleh toko baju All Distro adalah: Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan, Tempat yang bersih, Pelayan mampu memerikan

pelayanan ekstra untuk memenuhi keinginan konsumen, toko mampu membuat konsumen merasa special, toko memiliki pelayan yang simpati dan bertanggung jawab toko perlu memperhatikan kepentingan konsumen.

- 5) Berdasarkan hasil kuesioner diatas hal yang harus dipertahankan dari kualitas pelayanan toko baju All Distro karna sudah sesuai dengan harapan konsumen adalah: Kerapian dan kebersihan tempat, Kerapian dan kebersihan pruduk, Pelayan mampu memberikan pelayanan tepat waktu, Selama waktu sibuk, pelayanan bekerja secara tepat dan teratur, Pelayan memberikan layanan dengan cepat, mampu membuat konsumen nyaman berkomunikasi dengan pelayanan, Perilaku pelayanan dapat membuat rasa aman konsumen, memiliki pelayanan yang mampu memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Saran

- 1) Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko baju All Distro kepada konsumen terbilang sudah sangat baik namun ada beberapa point yang harus ditingkatkan lagi yaitu Kualitas pegawai agar dapat memberikan pelayanan bagus kepada semua konsumen agar tercipta interaksi yang menyenangkan antara usaha dengan pelanggan, ini akan membuat.
- 2) kenyamanan pelanggan bertambah saat berada di toko baju All Distro karena mereka mampu mendapatkan kesempatan untuk saling berbagi pengalaman.
- 3) Toko baju All Distro harus menginformasikan dan menjelaskan tentang menambahnya produk yang baru agar pelanggan tidak merasa bosan dan Pelanggan mampu memberikan rekomendasi toko baju kepada orang lain.

- 4) Toko harus bisa mendengarkan masukan yang diberikan oleh pengunjung atau konsumen agar lebih mendekatkan diri kepada konsumen agar lebih mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu pihak toko perlu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya kepuasan konsumen yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta

Supranto. J. 2003. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy: Yogyakarta

Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

UNISKA. 2019, *Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi*. Penerbit Lembaga Penerbit

Vincen, Gaspersz. 1997. *Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

