

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MORNING BAKERY CABANG KBC BATAM

Muhammad Ricky Fajri¹
Ngaliman²
Andi M. Luthfi³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batam
Kikifajri3@gmail.com

Abstract

Marketing is an important factor in the development of the business. Marketing must be continually upgraded and refurbished, of course it's not be separated from the needs and desires of consumers. So dynamic or uncertainty in knowing the consumer desires, so in this case required every business must always be able to make changes such as Service Quality, product quality, and price on purchase decisions Morning Bakery Outlet KBC, Batam. The purpose of this study is to analyze the effect of Service Quality, product quality and price on purchase decisions Morning Bakery Outlet KBC, Batam. The method used is multiple linear regression analysis. The study population of 3.200 consumers and samples used by 96 respondents. Research shows that the Service Quality, Product Quality and Price partially significant effect on the Product Buying Decision. Simultaneously Service Quality, Product Quality and Price have significant effect on the Product Buying Decision.

Keywords: *Service Quality; Product Quality; Price; Purchase Decision.*

Abstrak

Pemasaran merupakan faktor penting dalam perkembangan suatu usaha. Pemasaran harus terus-menerus ditingkatkan dan diperbaharui, hal ini tentunya tidak terlepas dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Begitu dinamisnya atau ketidakpastian dalam mengetahui keinginan konsumen, jadi dalam hal ini setiap pelaku usaha dituntut untuk selalu melakukan perubahan -perubahan seperti Kuaalitas Pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Morning Bakery Cabang KBC, Batam. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Morning Bakery Cabang KBC Batam. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian sebanyak 3.200 konsumen dan sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Harga; Promosi; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini dalam dunia bisnis terasa semakin ketat kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan pelaku bisnis harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnis nya. Dalam menghadapi lingkungan bisnis atau pasar yang semakin kompetitif pelaku usaha dituntut harus bisa mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki guna meningkatkan daya saing produknya di pasar serta mampu menjalankan serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalumengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus menerus serta berkelanjutan salah satu nya melalui kegiatan pemasaran.

Banyaknya bakery yang hadir di Kota Batam membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat, karena disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan. Salah satu bakery yang mampu bertahan serta bersaing di pasar hingga saat ini adalah Morning Bakery. Morning Bakery merupakan salah satu bakery yang sudah lama dan asli dari Batam yang telah menjadi favorit warga Batam maupun luar Kota untuk membeli beragam jenis kue dan roti. Mulai dari cake, berbagai roti manis dan rotitawar. Setiap harinya Morning Bakery memproduksi kurang lebih 600 buah jenis roti manis dengan rasa yang berbeda di tiap cabangnya. Khusus untuk pembuatan roti tawar diproduksi langsung di pusat Morning Bakery sebanyak 1000 bungkus, kemudian roti tawar tersebut didistribusikan ke cabang Morning Bakery dan ke beberapa minimarket dan supermarket yang tersebar di Kota Batam. Produk Morning Bakery mempunyai jenis rasa yang bervariasi. Untuk roti manis Morning Bakery memiliki 62 jenis rasa dan roti tawar 5 jenis rasa. Roti dan kue tersebut juga memiliki berbagai macam bentuk mulai dari bulat, petak, lonjong dan lainnya. Pada jam jam tertentu ada kondisi pelayanan yang diberikan oleh morning bakery dapat menimbulkan rasa kekecewaan dan rasa tidak puas yang dirasakan oleh pelanggan karna tidak dapat dilayani dengan maksimal.

Di bidang pemasaran masalah yang dihadapi Morning Bakery adalah roti dan kue yang diproduksi tidak habis dalam satu harinya. Kondisi tersebut memerlukan strategi pemasaran yang lebih baik, agar penjualan produknya dapat terus ditingkatkan. Perusahaan dituntut untuk dapat membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Morning Bakery Cabang KBC Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Morning Bakery Cabang KBC Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Morning Bakery Cabang KBC Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Morning Bakery Cabang KBC Batam.

TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Reviu Literatur Keputusan Pembelian

Sibarani, (2016 : 9) juga mengatakan keputusan pembelian adalah aktivitas individu yang terlibat langsung dalam pengambilan keputusan dan memutuskan untuk membeli produk yang disediakan oleh penjual. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian menurut Alma, (2011:97) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar - benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang dilakukan secara langsung dan terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan sehingga individu tersebut membuat sebuah keputusan atas suatu barang yaitu keputusan pembelian. Ada beberapa tahapan yang harus diperhatikan dalam membuat suatu proses pengambilan keputusan.

Kualitas Layanan

Muhammad Adam, (2015:10) mengatakan Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Meliana, (2013:247) pelayanan adalah suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas Produk

Zhahir, (2018:146) Mengatakan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi untuk menarik minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Aninditya, (2016:145) dalam upaya menarik perhatian konsumen dan perusahaan maka yang harus diperhatikan adalah produk apa yang akan ditawarkan dan bagaimana produk tersebut.

Harga

Harga menurut Yedida, (2016:24) Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga didasarkan pada suatu kombinasi barang secara fisik ditambah dengan beberapa jasa lain serta keuntungan yang memuaskan. Dalam perusahaan, harga suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi mempengaruhi posisi persaingan barang dan juga saham pasar dari sebuah perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk mendalami persepsi dan reaksi konsumen terhadap harga yang ditetapkan bagi tiap-tiap produk yang ditawarkan

Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Morning Bakery cabang KBC Batam.

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Morning Bakery cabang KBC Batam

H3: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Morning Bakery cabang KBC Batam

H4: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Morning Bakery cabang KBC Batam.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Rumengan, (2020:12) pendekatan kuantitatif menekankan kepada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan penelitian yang menggunakan paradigma tradisional, positif, eksperimental atau empiris.

Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Rumengan, (2015:51). Pada penelitian ini, karyawan Morning Bakery Cabang KBC mengatakan rata-rata pengunjung setiap bulannya adalah 3.200 pengunjung dari data transaksi penjualan di Morning Bakery Cabang KBC Batam yang beralamat di Jl. Komp. Business Centre No.37, Belian, Batam Kota, Batam City, Riau Islands 29444.

Sampel

Sampel adalah sebagai bagian dari populasi. Menurut Sutrisno, (2010:121). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Morning Bakery Cabang KBC Batam, Dalam penentuan pilihan yang tepat untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel Metode Slovin.

$$n = N/N(d)^2 + 1$$

$$n = 3.200/3.200(0,10)^2 + 1$$

$$n = 3.200/ (3.200 x 0.01) + 1$$

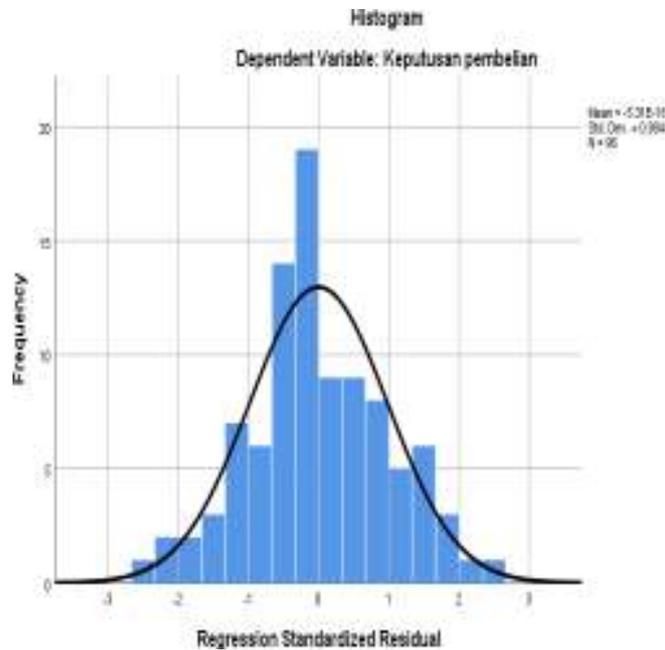
$$n = 3.200/ 32 + 1 \quad n = 3.200/33$$

$$n = 96$$

maka dari jumlah populasi di atas yang menjadi sampel penelitian adalah 96 responden yang akan diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

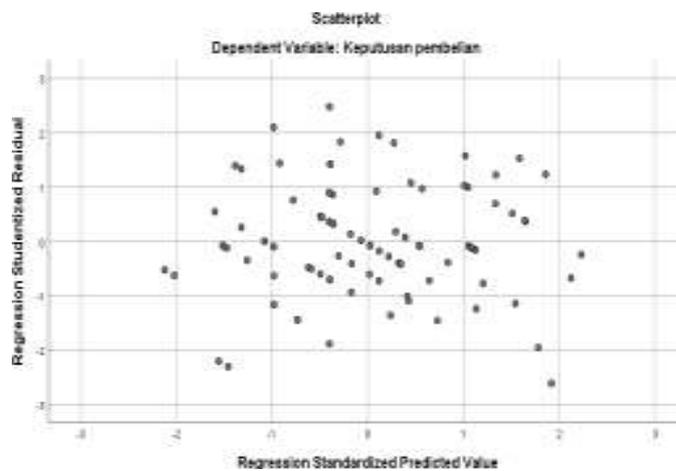


Gambar 1
Histogram Residual

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 1 di atas, hasil uji normalitas dalam histogram residual menunjukkan bahwa distribusi data normal karena grafik membentuk lonceng yang merupakan syarat untuk dapat dilakukan uji regresi.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2
Scatter Plot Residual Vs Predicted

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas dikarenakan titik – titik data tidak berpola dan menyebar diatas dan dibawah angka 0.

Uji Multikolonieritas

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,585	1,708
Kualitas Produk	0,483	2,071
Harga	0,690	1,448

Sumber : data primer yang diolah,2021

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* ≥ 0.10 dan nilai *VIF* ≤ 10 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabelbebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error od Estimate	Durbin Watson
1	0,721	0,520	0,505	1,903	1,609

Sumber : data primer yang diolah,2021

Berdasarkan pada tabel 2 diketahui bahwa durbin watson 1,609 lebih besar dari dL (1,6039) dan lebih kecil dari 4-dU (2,2674) maka dapat disimpulkan dari tabel diatas tidak terdapat autokorelasi antar variabel.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Koefisien Regresi dan Uji t

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	Pegujian	
	B	Std Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,616	2,508		0,245	0,807
Kualitas Pelayanan	0,192	0,082	0,220	2,336	0,022
Kualitas Produk	0,185	0,074	0,261	2,507	0,014
Harga	0,414	0,093	0,388	4,463	0,000

Sumber : data primer yang diolah,2021

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian parameter individu yang disajikan dalam tabel di atas, maka dapatdikembangkan sebuah model regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.616 + 0.192X_1 + 0.185X_2 + 0.414X_3 = e$$

Dari persamaan regresi dan rumus diatas, maka dapat di uraikan penjelasana sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) untuk persamaan regresi sebesar 0.616 dengan parameter positif. Hal ini berarti kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) sama dengan 0, maka keputusan pembelian (Y) pada Morning Bakery Cabang KBC Batam sebesar 0.616
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0.192 artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1% dengan asumsi variabel kualitas produk (X2), harga (X3) dan konstanta (a) adalah 0 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.192. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap Morning Bakery Cabang KBC Batam.
3. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0.185 artinya jika variabel kualitas produk meningkat 1% dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X3) dan konstanta (a) adalah 0 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.185. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang diberikan berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap Morning Bakery Cabang KBC Batam.
4. Nilai koefisien regresi kualitas produk adalah 0.414 artinya jika variabel kualitas produk meningkat 1% dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan konstanta (a) adalah 0 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.414. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang diberikan berkontribusi positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap Morning Bakery Cabang KBC Batam.

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 3 di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan
Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel 3 nilai signifikansinya adalah $0.022 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas Produk
Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel 3 nilai signifikansinya adalah $0.014 < 0,05$ yang artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga
Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel 3 nilai signifikansinya adalah $0.000 < 0,05$ yang artinya harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4
Tabel ANOVA

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	361,716	3	120,572	33,287	0,000
Residual	333,243	92	3,622		
Total	694,958	95			

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4 di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu H4 yang menyatakan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat di terima.

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis 1 uji statistik parsial -t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.022 dibawah 0.05 sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka H1 diterima.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Morning Bakery Batam yang mana berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan jika pelayanan yang diberikan baik dan kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Morning Bakery Batam.

Hipotesis dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Meliana, (2013:247) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian” hasilnya menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis 2 uji statistik parsial -t menunjukkan bahwa angka signifikansi sebesar 0.014 dibawah 0.05 sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka H2 diterima. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada morning bakery batam. Morning bakery memberikan menu yang sesuai dengan harapan konsumen, memberikan spesifikasi yang lengkap pada menu nya dan memberikan menu yang dapat membuat terkesan maka ini akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Morning Bakery Cabang KBC Batam.

Hipotesis dan hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2019:12) “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Morning Bakery Cabang KBC Batam.

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis 4 menunjukkan angka signifikansi sebesar 0.000 dibawah angka 0.05 sehingga hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sejati, (2016:6) dengan judul “ pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian ” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga bersama sama akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya ketiga faktor tersebut membuat pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian pada Morning Bakery Batam yang akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada Morning Bakery Cabang KBC Batam.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif pada variabel kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Morning Bakery Cabang KBC Batam hal ini ditunjukkan oleh sig. sebesar 0.022 lebih kecil dari 0.05.
2. Terdapat pengaruh positif pada variabel kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Morning Bakery Cabang KBC Batam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. 0.014 lebih kecil dari 0.05.
3. Terdapat pengaruh positif pada variabel harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Morning Bakery Cabang KBC Batam. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. 0.000 lebih kecil dari 0.05.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dari hasil uji simultan terlihat nilai R-square (R^2) sebesar 0.520, hal ini berarti 52% dari variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.

Keterbatasan

Agar penelitian lebih terfokus dan mengingat penulis memiliki keterbatasan waktu, maka penulis membatasi penelitian hanya pada pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Morning Bakery cabang KBC Batam periode 2021.

Saran Untuk Penelitian

Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor faktor mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi, tempat, tampilan produk, daya tahan produk dan lain - lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aninditya, Handoyo, Widayan.(2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer.
- Buchari Alma. (2011) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Meliana, Sulistiono, & Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen.
- Meliana, Sulistiono Setiawan,Budi. Muhammad Adam, (2015). Manajemen Pemasaran Jasa, Alfabeta.Bandung
- Rumengan. (2015). SPSS dengan Kuantitatif dan Kualitatif. Batam:*Uniba Press*.
- Sibarani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citizen Brand dan Promosi terhadap Keputusan PembelianAQUA Galon di Semarang Barat
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Alafabeta. Bandung.
- Yedida,Saryadi, & Hidayat. (2016).Pengaruh Harga, Keragaman Barang dan Kualitas Pelayananterhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Konsumen SwalayanAneka Jaya Ngaliyan Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*.
- Zhahir. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.