

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MNC PLAY JAKARTA

Albertus Saptopriyono, Oriza Aqshakawani

STIE Unisadhuguna, Jakarta, Indonesia

Email: albertus.saptopriyono@ubs-usg, orizaaqshakawani@gmail.com

Abstrak

Komunikasi adalah salah satu area yang paling terpengaruh oleh jaringan internet. Melalui platform seperti email, pesan instan, dan media sosial, orang dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa batasan geografis. Hal ini memungkinkan kolaborasi antarindividu, kelompok, dan organisasi di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan MNC Play. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2019 menggunakan Google Form (kuesioner online). Populasi penelitian ini adalah pelanggan MNC Play di Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner online yang menanyakan tentang harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan kepada 100 responden. Metode pengujian instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan MNC Play.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Communication is one of the areas most affected by internet networks. Through platforms such as email, instant messaging, and social media, people can communicate easily without geographical restrictions. This enables collaboration between individuals, groups and organizations around the world. This study aims to determine whether there is an influence of price and product quality on customer satisfaction on MNC Play. This research was conducted in September 2019 through the help of Google Form (online questionnaire). The population in this study is MNC Play customers in Jakarta. Sampling uses a random sampling technique. Research data were obtained through an online questionnaire about prices, product quality and customer satisfaction to 100 respondents. The instrument testing method used is validity and reliability testing. The data analysis technique used is quantitative descriptive technique, multiple linear regression analysis, t test and F test. The results of this study indicate that price and product quality have an influence on customer satisfaction.

Keywords: *Price, Product Quality, Customer Satisfaction.*

Pendahuluan

Kegiatan hidup sehari-hari apalagi kegiatan bisnis di era digital saat ini niscaya memang sangat bergantung pada kehadiran jaringan internet (Baihaky, Nizar, & Mustikowati, 2022). Jaringan internet telah menjadi tulang punggung bagi berbagai aspek kehidupan modern, mulai dari komunikasi dan bisnis hingga pendidikan dan hiburan. Ini telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan bahkan berpikir tentang dunia di sekitar kita (Cahyadi, 2022).

Komunikasi adalah salah satu area yang paling terpengaruh oleh jaringan internet (Ritonga dkk., 2019). Melalui platform seperti email, pesan instan, dan media sosial, orang dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa batasan geografis. Hal ini memungkinkan kolaborasi antarindividu, kelompok, dan organisasi di seluruh dunia (Ayuastuti, 2023).

Selain itu, internet juga telah mengubah cara kita bekerja. Banyak pekerjaan sekarang dilakukan secara online, baik secara penuh maupun sebagian. Ini mencakup pekerjaan jarak jauh, e-commerce, dan berbagai bentuk bisnis online lainnya. Selain itu, internet juga memfasilitasi akses ke sumber daya dan informasi yang tak terbatas, memungkinkan inovasi dan kreativitas tanpa batas. Oleh karenanya maka kualitas jaringan internet menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan konsumen, selain harga tentunya.

MNC Play merupakan penyedia teknologi *Fiber To The Home* (FTTH) yang menghadirkan produk akses internet berkecepatan tinggi (Noviyanti, 2019). Layanannya menggunakan teknologi 100% Fiber Optic untuk seluruh pelanggan dan area jangkauan, sehingga menghadirkan koneksi internet yang stabil dan berkapasitas besar. Didirikan pada Januari 2013, PT. MNC Kabel Mediacom (MKM) - bagian dari GLOBAL MEDIACOM (MNC GROUP) - telah berkembang pesat. Pada akhir tahun 2018, MNC Play telah memiliki sekitar 2,6 juta pelanggan, atau sekitar 60% dari total pelanggan internet di Indonesia (Pranata & Rizki Dewantara, 2024).

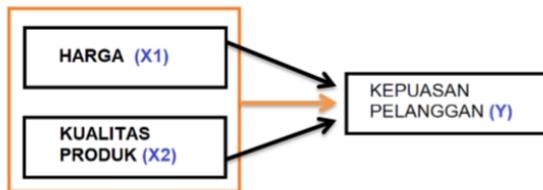
Berdasarkan hasil survei dan penelitian yang dilakukan penulis di akun Twitter resmi MNC Play, ditemukan adanya lonjakan keluhan pelanggan pada bulan Juni dan Juli 2019 (Lesmana, 2019). **Juni:** Terjadi peningkatan keluhan yang cukup signifikan, mencapai 65% dari jumlah keluhan normal (167 keluhan per bulan). **Juli:** Terjadi sedikit penurunan, namun jumlah keluhan masih tergolong tinggi, yaitu 61% dari normal.

Meskipun MNC Play menawarkan internet yang stabil dan berkapasitas besar, terdapat lonjakan keluhan pelanggan pada bulan Juni dan Juli 2019 (Putri, Novitasari, Yuwono, & Asbari, 2021). Hal ini perlu menjadi perhatian MNC Play untuk meningkatkan layanan dan kualitasnya agar dapat memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Jumlah keluhan pada MNC Play untuk bulan Juni dan Juli 2019 tergolong cukup besar, meliputi lampu los merah, sinyal tidak stabil, putusnya jaringan dari pusat, gambar layanan TV kabel patah-patah, dan TV kabel yang tidak tersambung (Nurbait, 2022). Hal ini berdampak buruk pada kenyamanan pelanggan. Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak MNC Play dengan cara meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dikarenakan semakin berkembangnya kebutuhan pelanggan akan informasi, sehingga pelanggan pengguna produk layanan MNC Play merasa terpuaskan dan menjadi pelanggan yang loyal.

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan untuk memudahkan dalam pembahasan maka, dibuatlah perumusan masalah sebagai berikut: 1. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta? 2. Apakah

Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta? 3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta?



Gambar 1. Kerangka Pikiran

- 1) H₁: Diduga Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan MNC Play pada pelanggan MNC Play Jakarta.
- 2) H₂: Diduga Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan MNC Play pada Pelanggan MNC Play Jakarta.
- 3) H₃: Diduga Harga dan Kualitas Produk Berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan MNC Play pada Pelanggan MNC Play Jakarta.

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan di atas maka ada beberapa tujuan yang ingin di capai dari hasil penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui pengaruh parsial Harga terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta. 2. pelanggan MNC Play Jakarta. 3. Untuk mengetahui pengaruh simultan dari Harga dan Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisa data, dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian ini akan melakukan survey dengan menggunakan alat kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dan hasil itulah yang akan diolah dengan SPSS Versi 20.

Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan MNC Play yang ada di Cilindak Barat Jakarta dan jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu pelanggan yang datang di tempat penelitian. Dan karena jumlah populasi tidak diketahui maka penetapan jumlah menggunakan rumus Lemeshow dengan batas ketelitian 10%, sebagai berikut:

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0,1)^2} = 93,75$$

Dari jumlah sampel 93,75 di atas dibulatkan menjadi 100 sampel, yaitu para pelanggan sebagai responden yang akan diambil datanya dari isi kuesioner yang dibagikan dan mereka.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas Variabel X1, X2 dan Y

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas variabel Harga (X1) seluruh instrumen adalah valid, karena nilai r-hitung > r-tabel yang ada untuk n = 100 yaitu 0,196.

Tabel 1. Uji Validasi Variabel harga (X1)

Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Pernyataan	Harga		
	Rhitung	rtabel n=100	Ket
1	0,758	0,196	Valid
2	0,828	0,196	Valid
3	0,868	0,196	Valid
4	0,844	0,196	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas variabel Kualitas Produk (X2) seluruh instrumen dapat dikatakan valid, karena nilai rhitung>rtabel yang ada untuk n=100 yaitu 0,196.

Tabel 2. Uji Validasi Variabel Kualitas Produk (X2)

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	Harga		
	Rhitung	rtabel n=100	Ket
1	0,827	0,196	Valid
2	0,835	0,196	Valid
3	0,250	0,196	Valid
4	0,777	0,196	Valid
5	0,727	0,196	Valid
6	0,800	0,196	Valid
7	0,476	0,196	Valid
8	0,342	0,196	Valid
9	0,812	0,196	Valid

Sumber: Hasil olah Data SPSS, 2019

Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) seluruh instrumen dapat dikatakan valid, karena nilai rhitung>rtabel yang ada untuk n=100 yaitu 0,196.

Tabel 3. Uji Validasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	Kepuasan Pelangga		
	rhitung	Rtabel	Ket
1	0,891	0,196	Valid
2	0,917	0,196	Valid
3	0,853	0,196	Valid
4	0,925	0,196	Valid

Sumber: Hasil olah Data SPSS, 2019

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	4

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan uji reliabilitas variabel H qarga (X1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* (α) sebesar $0,836 > 0,80$, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Harga (X1) adalah Sangat Reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,831	9

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan uji reliabilitas variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* (α) sebesar $0,831 > 0,80$, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Kualitas (X2) adalah Sangat Reliabel.

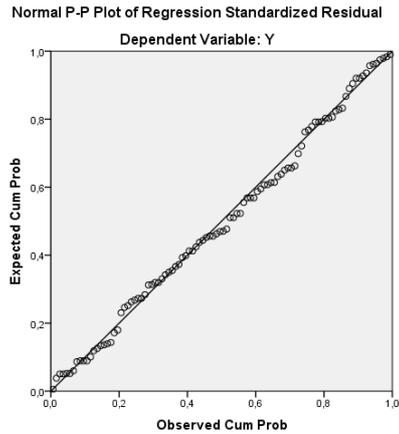
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,917	4

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan uji reliabilitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* (α) sebesar $0,917 > 0,80$, sehingga dapat disimpulkan instrumen penelitian mengenai variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah Sangat Reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel diatas, normal probability plot menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Maharani, 2020).

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas Coefficients

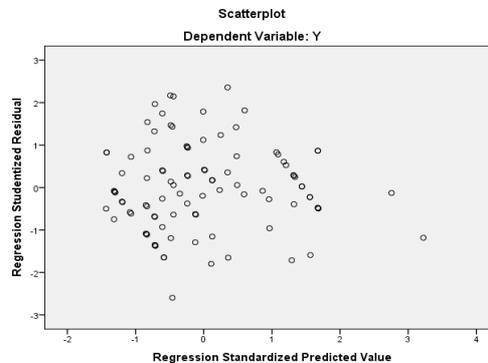
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,176	,743		-4,276	,000		
X1	,400	,075	,365	5,336	,000	,395	2,529
X2	,375	,043	,592	8,657	,000	,395	2,529

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Dari hasil pengujian Multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel harga dan kualitas produk adalah 2.529.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y (Eny Ariyanti, 2021). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel independen harga dan kualitas produk (Pratiwi & Lubis, 2021).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,176	,743		-4,276	,000
X1	,400	,075	,365	5,336	,000
X2	,375	,043	,592	8,657	,000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas, dapat di ketahui Hasil persamaan regresi yaitu:

$$Y = -3,176 + 0,400X_1 + 0,375X_2$$

Adapun hasil dari model regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan, sebagai berikut (Pratiwi & Lubis, 2021):

- a. Nilai konstanta (α) sebesar -3,176 (bernilai negatif), artinya jika variabel bebas harga dan kualita produk = 0, maka nilai variabel terikat (kepuasan pelanggan) sebesar -3,176.
 - b. Nilai koefisien variabel harga sebesar 0,400 (bernilai positif), artinya jika harga produk semakin meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
 - c. Nilai koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,375 (bernilai positif), artinya jika kualitas produk baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- e. Uji T (Parsial)**

Tabel 9. Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,176	,743		-4,276	,000
X1	,400	,075	,365	5,336	,000
X2	,375	,043	,592	8,657	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dapat diperoleh hasil sebagai berikut (Harris, 2023):

- 1. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan MNC Play pada pelanggan MNC Play Jakarta. Hasil uji parsial pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta, menunjukkan thitung 5,336 > ttabel 1,984 dan

nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan MNC Play pada pelanggan MNC Play Jakarta. Hasil uji pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta, menunjukkan thitung 8,657 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta.

f. Uji F (Simultan)

Tabel 10. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1019,351	2	509,676	221,609	,000 ^b
Residual	223,089	97	2,300		
Total	1242,440	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Dari hasil analisis uji F diatas, diketahui Fhitung 221,609 > Ftabel 3.09 dengan tingkat probabilitas 0.000 (signifikansi). Nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka secara bersama-sama variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Doloksaribu, Hafid, Bahsoan, Moonti, & Mahmud, 2023).

g. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,820	,817	1,517

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,820 berarti hubungan antara harga (X₁) dan kualitas produk (X₂) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 82%. Artinya hubungannya adalah sangat erat.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan, diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Harga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk MNC Play. Menunjukkan thitung 5,336 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan memberikan harga yang terjangkau di kalangan pelanggan MNC Play Jakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan MNC Play. Menunjukkan thitung 8,657 > ttabel 1,984 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan MNC Play Jakarta. Berarti dengan meningkatkan kualitas produk agar produk lebih baik maka akan meningkatkan juga kepuasan pelanggan MNC Play.

3. Harga dan kualitas produk terbukti secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. diketahui $F_{hitung} 221,609 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, maka secara bersama-sama (simultan) variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) MNC Play.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuastuti, Yunita. (2023). Analisis Pengaruh Harga Paket Dan Kualitas Jaringan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Xl 4g Tahun 2023. *Begibung: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(1). <https://doi.org/10.62667/Begibung.V1i1.2>
- Baihaky, Safarudin, Nizar, Yogatama Ahmad, & Mustikowati, Rita Indah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1).
- Cahyadi, Universitas Buddhi Dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1.
- Doloksaribu, Daniel Decaprio, Hafid, Radia, Bahsoan, Agil, Moonti, Usman, & Mahmud, Melizubaida. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelanggan Toko Elektronik Mickim Tech Di Kota Gorontalo. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10). <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i10.2223>
- Eny Ariyanti. (2021). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Kariawan Pada Rumah Sakit Umum Indah Bagan Batu. *Skripsi*.
- Harris, Jaudat Iqbal. (2023). Perencanaan Analisis Jabatan, Rekrutmen, Seleksi Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Kariawan. *Jurnal Islamika*, Vol. 5.
- Lesmana, Rosa. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2). <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V2i2.2464>
- Maharani, Susana. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/Iej.V2i1.548>
- Noviyanti, Iis. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/Frkm.V1i2.2538>
- Nurbait, Awi marlina. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1). <https://doi.org/10.33061/Jeku.V19i1.7674>
- Pranata, Eko Jhony, & Rizki Dewantara. (2024). Analisis Dan Pengukuran Quality Of Service (Qos) Jaringan 4g (Operator Telkomsel, Xl, Dan Indosat). *Cyber Security Dan Forensik Digital*, 6(2). <https://doi.org/10.14421/Csecurity.2023.6.2.4246>
- Pratiwi, Gusti, & Lubis, Tukimin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3). <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>

- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Novitasari, Dewiana, Yuwono, Teguh, & Asbari, Masduki. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1). <https://doi.org/10.58217/Joce-Ip.V15i1.226>
- Ritonga, Mulkanuddin, Irawan, & Fikri, Miftah El. (2019). Faktor Manajemen Biaya Dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukm Industri Rumahan Di Kota Binjai. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2).