

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS BUTIK SHIFA OLSHOP MEDAN)**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER
SATISFACTION (CASE STUDY OF MEDAN OLSHOP SHIFA BOUTIQUE)***

Zahratunnisa¹, Muhammad Rahmat²

**Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan Jalan Garu II A No.93, Harjosari I,
Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia 20147**

Email : icaazahra422@gmail.com¹

ABSTRACT

This research aims to examine the relationship between service quality and product quality on customer satisfaction in Butik Shifa Olshop, Medan. A total of 69 individuals were sampled for this study, selected using the simple random sampling method. Data collection was conducted through interviews and distribution of questionnaires to customers who frequently shop at Butik Shifa Olshop. Data analysis was performed using descriptive analysis and multiple linear regression analysis methods. The results of the analysis indicate that both service quality and product quality have a significant positive influence on customer satisfaction at Butik Shifa Olshop, Medan. Coefficient of determination testing was conducted to assess the ability of independent variables to explain the variance in the dependent variable. The Adjusted R-squared value of 0.706 indicates that 70.6% of the variance in customer satisfaction can be explained by service quality and product quality. The remaining 29.4% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja di Butik Shifa Olshop Medan. Sebanyak 69 orang menjadi sampel dalam penelitian ini, yang dipilih menggunakan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden yang sering berbelanja di butik Shifa Olshop. Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Butik Shifa Olshop Medan. Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,706 menunjukkan bahwa 70,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sisanya, 29,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Fashion tetap menjadi salah satu industri paling populer di kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh pemahaman bahwa pakaian merupakan kebutuhan dasar manusia. Selama bertahun-tahun, dan mungkin tanpa batas waktu, kebutuhan akan pakaian akan tetap tidak berubah. Perkembangan pakaian mengikuti tren yang disesuaikan dengan zaman dan kebutuhan manusia. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dan minat masyarakat dalam membeli produk pakaian dengan berbagai jenis dan model.

Dengan pengamatan yang lebih dekat, terdapat hubungan erat antara fashion dan gaya hidup masyarakat. Hal ini karena fashion bersifat dinamis, mengikuti perkembangan zaman yang dipengaruhi oleh akulturasi budaya terhadap pakaian. Setiap potongan pakaian atau produk fashion memiliki kualitas yang ditentukan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Industri fashion perlu memperhatikan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, serta keinginan dan harapan dari pelanggan atau calon pelanggan. Produk berkualitas tinggi akan menjadi keuntungan bagi bisnis dalam memenangkan persaingan di industri fashion.

Kotler (2012) berargumen bahwa produk berkualitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, termasuk atribut berharga seperti daya tahan, keandalan, akurasi, kenyamanan, dan upaya dalam peningkatan. Produk berkualitas dapat dimanfaatkan sepenuhnya oleh konsumen untuk mewujudkan kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen menilai kualitas layanan sebagai pengguna layanan yang memenuhi target mereka. Oleh karena

itu, kualitas layanan dapat diciptakan dengan mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap layanan yang diperlukan. Kualitas layanan dapat dipahami sebagai penilaian seberapa besar layanan yang harus diberikan untuk memenuhi impian konsumen. Efek positif dari layanan yang baik menciptakan peningkatan kepuasan. Oleh karena itu, berdasarkan serangkaian rumusan masalah, peneliti merasa terdorong untuk melakukan penelitian yang diangkat ke permukaan dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Butik Shifa Olshop Medan)".

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang akan dibahas oleh peneliti, dapat dirumuskan sebagai berikut: Peneliti memilih Butik Shifa untuk diteliti, yang merupakan salah satu dari beberapa usaha kecil dan menengah yang berjuang dalam kondisi ketidakpastian dari Covid-19. Butik Shifa berlokasi di Jalan Seto No. 54, Kota Medan. Berdiri sudah 5 tahun, Butik Shifa Olshop Medan menjual pakaian wanita muslimah yang fashionable dan modis. Usaha ini didirikan atas kerjasama dan keinginan untuk memelopori anak muda dan ibu-ibu yang memiliki hobi di bidang fashion agar tetap bisa bergaya sesuai perkembangan zaman tetapi tetap berhijab dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Butik ini menggunakan bahan baku kain yang adem, nyaman, dan benang yang berkualitas untuk menciptakan hasil jahitan yang rapi namun tetap terjangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan. Tujuan penelitian ini adalah: Pertama, untuk memahami bagaimana pemberian layanan berkualitas dari Butik Shifa Olshop memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kedua, untuk mengetahui bagaimana produk berkualitas dari Butik Shifa Olshop memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketiga, untuk memahami bagaimana pemberian layanan dan produk berkualitas dari Butik Shifa Olshop memengaruhi kepuasan pelanggan. Manfaat dari penelitian ini adalah: Pertama, sebagai pengembangan pengalaman, pengetahuan, dan teori tentang pelayanan dan produk berkualitas serta hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kedua, sebagai informasi dasar dalam pengambilan keputusan bagi pihak-pihak terkait di Butik Shifa untuk meningkatkan layanan dan produk mereka agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketiga, sebagai referensi bagi penelitian lanjutan di bidang yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan pelanggan terjadi ketika konsumen merasa bahwa apa yang diterimanya sesuai dengan harapannya atau bahkan melebihi harapannya. Ini merupakan penilaian emosional yang dibuat oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan (Rahmawati, 2017). Menurut Tjiptono (2012), pelayanan yang berkualitas merupakan ukuran seberapa baik suatu layanan dapat memenuhi harapan pelanggan dan memberikan manfaat yang diinginkan. Kualitas dan kepuasan terhadap layanan yang diberikan dapat membentuk persepsi positif pada konsumen. Ketika layanan yang diterima melebihi harapan, maka layanan tersebut dianggap berkualitas. Hasil dari kegiatan ini dapat disampaikan kepada pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menjadikan produk ini sebagai inti dari kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2010), produk yang berkualitas menjadi salah satu faktor utama

yang memengaruhi kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu, proses produksi barang harus memastikan bahwa produk yang dihasilkan mencerminkan kualitas yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara kualitas pelayanan dan produk dengan kepuasan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan dasar empiris yang digunakan dalam pembentukan hipotesis. H1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. H2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih, serta menentukan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang memproyeksikan realitas yang dapat diukur dan hubungan variabel yang memiliki hubungan sebab-akibat. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan program statistik, dengan memperoleh tanggapan dari responden melalui teknik penelitian lapangan dan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah mengunjungi dan berbelanja di Butik Shifa Olshop. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode random sampling, sehingga setiap orang dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sampel yang diperoleh sebanyak 69 orang, yang kemudian data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis pada penelitian ini.

Menurut Kotler dan Keller (2012), indikator kualitas produk meliputi *performance*, *durability*, kesesuaian, komposisi atau fitur, dan reliabilitas. Sementara menurut Harfika dan Abdullah (2017), indikator kualitas pelayanan mencakup bentuk layanan, keandalan, responsivitas, garansi, dan empati. Sedangkan menurut Setyo (2017), indikator kepuasan pelanggan termasuk terpenuhinya keinginan pelanggan, rekomendasi kepada orang lain, loyalitas terhadap barang, reputasi barang, dan lokasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis pada setiap indikator variabel dilakukan pengujian validitas untuk melihat seberapa kapasitas indikator tersebut dan sampai sejauh mana keakuratan instrumen dapat mencerminkan konsep gejala atau peristiwa yang diukur. Jika didapatkan nilai *r* hitung mampu menghasilkan nilai yang lebih besar daripada dari *r* tabel (0,194), maka angket ataupun jawaban kuisisioner dari responden sebanyak 69 orang mampu dinyatakan valid atau sesuai. Pemeriksaan validasi ada dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.779	Valid
	X1.2	0.703	Valid
	X1.3	0.804	Valid
	X1.4	0.747	Valid
	X1.5	0.815	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.741	Valid
	X2.2	0.779	Valid
	X2.3	0.719	Valid
	X2.4	0.743	Valid
	X2.5	0.801	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.717	Valid
	Y2	0.777	Valid
	Y3	0.814	Valid
	Y4	0.823	Valid
	Y5	0.773	Valid

Sumber: *Output SPSS (2022)*.

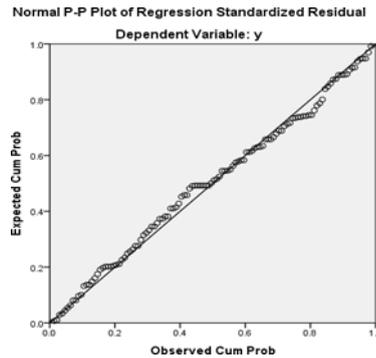
Tabel 1 digunakan sebagai referensi untuk menunjukkan korelasi antara skor total dari setiap variabel dengan indikatornya masing-masing. Hasil yang dapat diandalkan tercapai ketika nilai r hitung lebih besar dari *r* tabel, sehingga memungkinkan untuk menyatakan dan mulai melakukan riset. Tabel 2 berfungsi sebagai referensi dari penelitian yang

menunjukkan bahwa setiap variabel yang diuji memberikan jawaban yang dapat diandalkan dan memiliki koefisien Alpha yang memenuhi syarat keandalan, yaitu bernilai di atas atau sama dengan 0,6. Oleh karena itu, item pada setiap konsep variabel dapat dianggap dapat digunakan sebagai alat ukur yang layak dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.802	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.835	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.802	Reliabel

Sumber : *Output SPSS (2022)*.



Gambar 1. Uji Normalitas

Setelah menguji nilai *Normal Plot*, ditemukan bahwa semua data terdistribusi secara normal. Hal ini terlihat dari sebaran data yang tidak jauh dari garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Normalitas data dalam penelitian ini dievaluasi dengan

memeriksa titik-titik pada P-Plot normal dari citra regresi standar residual variabel dependen. Sebaran data yang baik dalam model regresi seharusnya terletak secara diagonal dan tidak jauh dari garis diagonal. Jika titik-titiknya jauh dari diagonal atau tidak mengikuti diagonal, maka uji normalitas dianggap gagal.

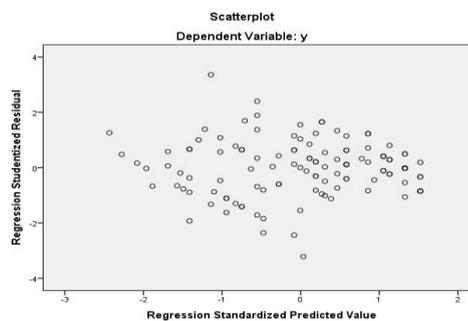
Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant) X1X2	0.359	2.784
	0.359	2.784

Sumber : *Output SPSS (2022)*.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada setiap variabel bebas yang masing-masing mampu menghasilkan nilai VIF kurang dari 10, sedangkan dua variabel independen memungkinkan lebih kecil dari 10% atau kurang dari 0,100. Artinya sama sekali tidak terdapat keterkaitan antara setiap variabel

bebas yang tercantum pada tabel. Dari hasil nilai yang diberikan mampu diperlihatkan pada Tabel 3, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada adanya suatu multikolinearitas antara variabel independen dari suatu model.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Gambar 2 menunjukkan hasil uji varians tidak seragam yang dilakukan. Anda dapat melihat bahwa titik-titik pada gambar tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik pada gambar terdistribusi secara merata di atas dan di

bawah nol pada sumbu y. Ini, tentu saja, menunjukkan bahwa tidak ada penyimpangan dari asumsi tradisional tentang uji varians yang tidak seragam dari model regresi.

Tabel 4. Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized		t	Sig.
	Coefficients			
	B	Std. Error		
(Constant)	0.676	0.000	0.615	0.539
X1	0.594	0.000	5.103	0.000
X2	0.833	0.000	5.599	0.000

Sumber : *Output SPSS (2022).*

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,676 + 0,594 X1 + 0,833 X2$$

Dari persamaan tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut, nilai konstanta 0,676 menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan saat kualitas pelayanan dan kualitas produk sama dengan nol. Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,594 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,594. Koefisien regresi

untuk kualitas produk adalah 0,833, yang menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,833. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan produk yang berkualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Butik Shifa Olshop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Butik Shifa Olshop, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Tabel 5. Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	0.615	0.539
X1	5.103	0.000
X2	5.599	0.000

Sumber : *Output SPSS (2022).*

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 5,103, yang lebih besar dari nilai t tabel 1,980448, dan signifikan (0,00) < 0,05. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. Variabel kualitas produk

memiliki nilai t hitung sebesar 5,599, yang juga lebih besar dari nilai t tabel 1,980448, dan signifikan (0,000) < 0,05. Oleh karena itu, variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.843 ^a	0.711	0.706

Sumber : *Output SPSS (2022).*

Tabel 6 menunjukkan bahwa besarnya nilai (R) adalah 0,843. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (*R-squared*) sebesar 0,711 dan *Adjusted R-squared* sebesar 0,706. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 0,706 atau 70,6%.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Shifa Olshop

Pelayanan yang selalu dikedepankan oleh Butik Shifa Olshop, seperti menjaga respon yang sigap, cepat, dan tanggap dari staff, serta memberikan kenyamanan dari staff yang diandalkan dalam memberikan kualitas terbaik pada pelanggan, mampu meningkatkan rasa puas konsumen saat berbelanja. Hasil analisis koefisien regresi menunjukkan X_1 sebesar 0,594. Ini berarti jika kualitas produk adalah nol, pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,594 dalam satuannya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan memiliki nilai *t* hitung (5,103) yang lebih besar dari *t* tabel 1,980448, dengan signifikansi (0,00) < 0,05. Ini menunjukkan bahwa layanan yang berkualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Butik Shifa Olshop.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Butik Shifa Olshop

Pelanggan akan merasa yakin bahwa mereka akan puas dengan karakteristik produk yang dipertahankan dan menjaga kinerja serta kualitas produk yang mereka gunakan secara maksimal. Hasil analisis

dengan faktor regresi $X_2 = 0,833$ menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan adalah nol, maka kualitas produk dalam keputusan pembelian meningkat sebesar 0,833 satuan. Ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk memiliki nilai *t* hitung (5,599) yang lebih besar dari *t* tabel 1,980448, dengan signifikansi (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa adanya nilai terpisah atau parsial pada produk yang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi rasa puas pelanggan di Butik Shifa Olshop, serta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

1. Kualitas pelayanan dari Butik Shifa Olshop tercermin dari kesiapan staff yang siap melayani setiap pelanggan dengan baik. Mereka mau memberikan pemahaman yang diperlukan tentang produk yang akan dibeli pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang unggul. Sikap sigap, seperti responsif dan tanggap, berhasil memberikan nilai terpisah pada pelayanan yang berkualitas dan secara positif mempengaruhi serta signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Produk juga berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan melalui kemampuan barang yang dijual oleh Butik Shifa untuk

memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Spesifikasi barang yang sesuai dengan harapan konsumen, termasuk fitur penggunaan produk dan komposisi kualitas produk yang terjamin, menjadikan produk tersebut memiliki daya tahan yang sangat baik. Hal ini memberikan nilai terpisah pada produk, di mana barang berkualitas mampu secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan serta memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SARAN

1. Butik Shifa Olshop harus senantiasa memperhatikan kondisi toko dan karyawan serta memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, pemilik usaha dapat menciptakan kepuasan tersendiri saat berbelanja. Selain itu, penting untuk menjaga kualitas produk agar dapat mempertahankan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan berdampak positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.
2. Pihak Butik Shifa Olshop diharapkan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk mereka. Sebab, 29,4% faktor lain yang tidak disebutkan kecuali variabel independen telah terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain dari kualitas pelayanan dan produk, upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan produk harus dipertimbangkan

secara maksimal.

3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti dapat menggunakan survei ini sebagai referensi dan mengembangkan variabel yang lebih luas. Ini termasuk aspek servicecape, citra merek yang berhubungan dengan niat beli, atau faktor-faktor lain seperti harga, promosi, ketersediaan layanan online, atau layanan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. 1(2), 83–101.
- Baiti, M. 2018. Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Hotel Terhadap Keputusan MenginapPelanggan. 47–58.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9; Prayogo, ed.).
- Khadijah, S.A dan Dianasari, I. A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Di Rsud Ibnu Sina Kabupaten Gresik. 07, 220–235.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. 2012. *Manajemen Pemasaran*, edisi 15 Jilid I. Jakarta. Erlangga
- Oetama, S. 2017. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Sampit. (2001), 59–65.
- Relitania, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap

- Kepuasan Tamu Hotel Harmoni Batam.
- Riyanto, A. 2018. Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi Andi. *Ecodemica*, 2(1).
- Setyo, P. E. 2017. Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen*, 1, 755–764.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian kualitatif, kuantitati, dan R&D*. Bandung.
- Sutisna.2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.