

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DUTA ELEKTRONIK KOTA PAGAR ALAM

ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT THE ELECTRONIC AMBASSADOR OF CITY PAGAR ALAM

Zulaiha¹

Yadi Maryadi²

Mastriati Hini Hermala Dewi³

Institut Teknologi dan Bisnis (ITBis) Lembah Dempo Pagar Alam

zuhaila@lembahdempo.ac.id¹ daenk.yadi87@gmail.com

mastriatidewidewi@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan analisis keputusan pembelian konsumen pada Duta Elektronik Kota Pagar Alam. Metode Penelitian yang digunakan adalah *deskriptif kualitatif*. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 90 responden yang merupakan konsumen Duta Elektronik Pagar Alam serta data wawancara langsung pada objek penelitian. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan (buku -buku dan literatur yang relevan) dan data internal instansi. Adapun indikator yang digunakan diperoleh dari penelitian ini yaitu dimensi perilaku konsumen yang terdiri dari 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi alternatif, 4) Keputusan pembelian produk dan 5) Perilaku pasca pembelian produk. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu Dari hasil penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu pada proses pengambilan keputusan pembelian produk Duta Elektronik Pagar Alam memiliki 5 tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi utama konsumen ingin membeli produk Duta Elektronik Pagar Alam adalah harga yang terjangkau, dan manfaat utama yang diinginkan adalah sebagai kebutuhan rumah tangga. Pada tahap pencarian informasi, sumber utama informasi konsumen adalah keluarga dan lainnya (informasi saat berada di toko), dan fokus perhatian konsumen adalah harga. Pada tahap evaluasi alternatif, kebanyakan konsumen memilih harga dan kualitas sebagai dasar pertimbangan saat akan membeli produk dan menjadi prioritas utama konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the analysis of consumer purchasing decisions at the Duta Electronic of Pagar Alam City. The research method used is descriptive qualitative. Primary data were obtained from questionnaires distributed to 90 respondents who were consumers of the Pagar Alam Electronic Ambassador as well

as direct interview data on the research object. Secondary data was obtained through literature study (relevant books and literature) and agency internal data. The indicators used were obtained from this study, namely the dimensions of consumer behavior consisting of 1) Problem recognition, 2) Information search, 3) Alternative evaluation, 4) Product purchase decisions and 5) Product post-purchase behavior. Based on the results of the study, it was concluded that. From the results of this study, several conclusions can be drawn, namely the process of making a purchase decision for the Duta Elektronik Pagar Alam product has 5 stages, namely the introduction of needs, information seeking, alternative evaluation, purchase decisions and post-purchase behavior. At the need recognition stage, the main motivation for consumers to want to buy Duta Elektronik Pagar Alam products is an affordable price, and the main benefit they want is for household needs. In the information search stage, the main source of consumer information is family and others (information while in the store), and the focus of consumer attention is price. At the alternative evaluation stage, most consumers choose price and quality as a basis for consideration when buying a product and become the consumer's top priority in making a purchase.

Keywords: Consumer, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Dewasa ini kebutuhan manusia akan barang elektronik berkembang secara pesat, berbagai peralatan elektronik, sebagian digunakan untuk keperluan secara benar sesuai dengan fungsinya, sedangkan sebagian lagi digunakan sebagai trend atau model saja. Semakin banyak permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat. Dari mulai bisnis pembuatan barang elektronik, toko elektronik, bisnis jasa reparasi barang elektronik, sampai bisnis kredit elektronik banyak ditemukan di sekitar kita. Banyaknya bisnis elektronik yang bermunculan saat ini, karena kebutuhan masyarakat akan barang elektronik juga semakin meningkat.

Menurut Sumarwan (2014), pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan

membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara pembayarannya. Selanjutnya menurut Tjiptono (2015) keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai suatu produk atau merek tertentu dan mengevaluasi alternatif pemecahan masalahnya untuk kemudian mengarah pada pengambilan keputusan pembelian.

Duta Elektronik Cash And Credit didirikan pada bulan Mei 2008. Sedangkan berdirinya Duta Elektronik Cash And Credit Area Pagaralam pada 25 Desember 2013 dengan pimpinan Bapak Sapliansyah yang menjabat sampai dengan sekarang. Duta Elektronik merupakan perusahaan yang didirikan untuk memberikan/menyediakan kebutuhan akan peralatan elektronik dengan memperhatikan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang penting dalam mengembangkan perusahaan. Perkembangannya saat ini diharapkan

dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan berbagai kebutuhan yang berkualitas dan berteknologi maksimal, baik diperkotaan sampai merambah ke daerah-daerah.

Duta Elektronik Cash And Credit juga sangat fokus untuk memperkuat jaringan dan distribusi ke semua daerah dan semua aspek, yang mengedepankan kerja sama positif, baik kepada vendor / distributor, konsumen, maupun kepada sesama perusahaan sejenis, sebagai mitra utama perusahaan *Lines Of Business* atau sebagai perusahaan yang menyediakan peralatan elektronik, furniture atau *home appliances* seperti: produk elektronik (*LCD TV, LED, Washer, Freezer, Refrigerator, Display Showcase, AC, Home Theatre, Compo, Active Speaker* dan lain-lain), Presentasi dan IT Produk (Perangkat Komputer, Notebook, Projector, Screen, dll). Adapun volume penjualan pada Duta Elektronik pada tahun 2020 mengalami kenaikan dan penurunan tiap bulannya, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Volume Penjualan Duta Elektronik Pagar Alam Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Penjualan per konsumen
1	Januari	76
2	Februari	100
3	Maret	74
4	April	57
5	Mei	128
6	Juni	51
7	Juli	60
8	Agustus	54
9	September	72
10	Oktober	55
11	November	119
12	Desember	101
	Jumlah	947

Sumber: Duta Elektronik Pagar Alam, 2021

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif dan melalui pendekatan kualitatif. Metode penelitian *deskriptif kualitatif*, yaitu penelitian yang menggunakan cara dengan mengumpulkan dan menyajikan data yang disertai analisis yang dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. (Afrizal, 2017).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Duta Elektronik Pagar Alam yang beralamat di Jl. Kombes H.Umar, Basemah Serasan, Pagar Alam Sel., Kota Pagar Alam, Sumatera Selatan 31528

Sumber Data Penelitian

1. Data primer adalah data yang diperoleh melalui lapangan pada objek penelitian. Peneliti turun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data melalui wawancara dengan beberapa informan yaitu masyarakat yang merupakan konsumen/pembeli dari Duta Elektronik Pagar Alam.
2. Penulis juga melakukan telaah pustaka, yaitu mengumpulkan data dari berbagai sumber informasi yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Sumber informasi yang dimaksud dapat berupa buku, jurnal, koran, dan sumber informasi lainnya yang ada kaitannya dengan masalah penelitian ini.

Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan

karena anggota populasi dianggap homogen. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \cdot e^2}{k^2}}$$

n = 90,35 dibulatkan menjadi 90 responden

Dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang.

Informan Penelitian

Adapun Informan penelitian adalah orang yang benar-benar mengetahui dan sangat memahami produk yang dijual pada Duta Elektronik Pagar Alam.

Tabel 3. Informan Penelitian

No	Sumber	Jumlah Informan	Jenis Informasi
1	Ibu Rumah Tangga	3 orang	1. Pengenalan masalah
2	Pegawai PNS dan Wiraswasta	3 orang	2. Pencarian informasi
3	Masyarakat umum	3 orang	3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian produk 5. Perilaku pasca pembelian produk

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan dapat dipertanggung jawabkan maka penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data. Adapun beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

a. Wawancara

Informan yang akan penulis wawancarai untuk pengumpulan data ini merupakan masyarakat sebagai konsumen/pembeli produk pada Duta Elektronik Pagar Alam. Dalam memilih informan penulis menggunakan teknik *Snowball*, yaitu cara pemilihan informan yang didasarkan atas petunjuk informan I (pertama) ke informan II (kedua) dan seterusnya dan tidak terencana sebelumnya hingga diperoleh data yang lebih lengkap dan mendalam berkenaan dengan masalah yang diteliti. Dengan teknik seperti ini jumlah informan dapat berkembang dan berubah sesuai dengan kebutuhan penelitian dalam memperoleh data yang akurat.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam hal laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Pertanyaan dalam angket berpedoman pada indikator-indikator penelitian yang dalam pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

c. Dokumen/Arsip/literatur keputakaan/hasil penelitian sebelumnya

Dokumen dan arsip mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan fokus penelitian merupakan salah satu sumber data yang penting dalam penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian *deskriptifkualitatif* yaitu digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016).

Alat pengumpul data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Dengan indikator penilaian jawaban rasio yaitu: Sangat Setuju diberi skor 5, Setuju diberi skor 4, Kurang Setuju diberi skor 3, Tidak Setuju diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju skor 1.

$$P = \frac{F \times 100}{n}$$

Keterangan :

P = Pernyataan

Responden F = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Data yang diperoleh melalui observasi dianalisis menggunakan teknik analisis diskriptif kualitatif. Data kualitatif yang diperoleh dari hasil penelitian dengan lembar kuesioner keputusan pembelian konsumen pada Duta Elektronik Kota Pagar Alam. persentase yang dikategorikan kepada 4 kelompok yaitu :

1. 76 % sampai dengan 100% = keputusan pembelian konsumen dikategorikan Baik
2. 56% sampai dengan 75% = keputusan pembelian konsumen dikategorikan Cukup Baik
3. 41% sampai dengan 55% = keputusan pembelian konsumen dikategorikan Kurang Baik
4. 0% sampai dengan 40% = keputusan pembelian konsumen dikategorikan Tidak Baik

Bagian ini menjelaskan materi, metode, survey, kuesioner, dll. yang digunakan dalam penelitian. jelaskan apakah penelitian yang digunakan adalah *experimental*, *review study*, *simulation based*, atau berdasarkan survey. Deskripsikan software dan hardware yang digunakan dalam penelitian beserta merknya. Sebutkan semua riset penelitian, asumsi disertai teori pendukung. Bagian ini harus gamblang sehingga memudahkan pembaca untuk mengulangi penelitian dengan kondisi yang mirip..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan memberikan kuesioner kepada responden diperoleh hasil bahwa:

1. Analisis Data Responden

Data yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 50 orang yang ditemui selama masa penelitian serta layak untuk dianalisa. Berdasarkan kuesioner tersebut dapat diidentifikasi karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan enam karakteristik yaitu jenis kelamin, alamat, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

Berdasarkan analisis bahwa dari jumlah keseluruhan responden ternyata responden perempuan lebih banyak dari pada laki-laki, yaitu sebesar 80,4% sedangkan laki-laki hanya 19,6%.

Berdasarkan analisis menjelaskan bahwa responden paling banyak adalah berumur 20 sampai dengan 40 tahun yaitu sebesar 62,5%, kemudian diikuti responden berumur 41 sampai dengan 60 tahun sebesar 28,5%, dan sisanya responden dengan umur kurang dari 20 tahun sebesar 3,5 % dan 60 tahun ke atas sebanyak 5,3%.

Berdasarkan analisis dapat diketahui bahwa jumlah responden paling banyak pendidikan terakhir yaitu SMA sebesar 55,3%, kemudian sarjana 26,7%, diikuti pendidikan terakhir Akademi/Diploma sebesar 8,9%, dan jenjang pendidikan SMP 10%. Berdasarkan analisis, karakteristik status pekerjaan responden sebagian besar sebagai petani yaitu sebesar 62,5% kemudian pegawai PNS/ABRI sebesar 10,7%, dan sisanya 19,6% responden adalah wiraswasta dan 7,1% adalah pelajar/mahasiswa.

2. Rekapitulasi Hasil Analisis

Adapun analisis terhadap Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Toko Faruq Pagar Alam sebagai berikut :

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Analisis Dimensi Pengenalan masalah

No	Indikator	Hasil Analisis
1.	Adanya kemudahan dalam transaksi	a. Cukup Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 63,3%. b. Adapun alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan adanya kemudahan dalam transaksi. c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa adanya kemudahan dalam transaksi.
2.	Kualitas sesuai dengan yang diinginkan.	a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 77,8%. b. Adapun alasan yang

		diperoleh dari hasil wawancara dan responden menyatakan kualitas produk sesuai dengan yang diinginkan. c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa Kualitas produk sesuai yang diinginkan.
--	--	---

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Analisis Dimensi Pencarian informasi

No	Indikator	Hasil Analisis
1.	Informasi latar belakang penjual	a. Cukup Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 75,5%. b. adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dan responden menyatakan informasi latar belakang penjual. c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa informasi latar belakang penjual.
2.	Hubungan dengan penjual	a. Cukup baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 61,2% b. Adapun alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dan responden menyatakan hubungan baik dengan penjual. c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa hubungan baik dengan penjual.

Tabel 6. Rekapitulasi hasil analisa dimensi evaluasi alternatif

No	indikator	Hasil Analisa
	Harga yang ditawarkan	a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang

	an sesuai kontrak	<p>menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 78,8%.</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan harga yang ditawarkan sesuai dengan kontrak.</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kontrak.</p>
	Penjual memberikan pelayanan yang baik	<p>a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 78,8%.</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan penjual memberikan pelayanan yang baik .</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya menyatakan penjual memberikan pelayanan yang baik</p>

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Analisis Evaluasi Alternatif

No	Indikator	Hasil analisa
1.	Harga yang ditawarkan sesuai kontrak	<p>a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 78,8%.</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan harga yang ditawarkan sesuai dengan kontrak.</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya</p>

		<p>bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kontrak.</p>
2.	Penjual memberikan pelayanan yang baik	<p>a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 68,8%.</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan penjual memberikan pelayanan yang baik .</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya menyatakan penjual memberikan pelayanan yang baik</p>

Tabel.8. Rekapitulasi hasil analisis demensi perilaku pasca pembelian produk

No	Indikator	Hasil Analisa
1.	Penjual ramah dan sopan	<p>a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh persentasi 55,5%</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan penjual ramah dan sopan.</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar dan sesuai dengan kenyataan. Artinya bahwa penjual rama dan sopan.</p>
2.	Produk yang dijual sesuai kebutuhan pembeli	<p>a. Baik, berdasarkan total jumlah responden yang menyatakan setuju lebih dominan diperoleh jumlah persentase 73,3%.</p> <p>b. Adanya alasan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden menyatakan produk yang dijual sesuai kebutuhan pembeli..</p> <p>c. Hasil konfirmasi dengan informan adalah benar</p>

		dan sesuai dengan kenyataan. Artinya menyatakan produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan pembeli.
--	--	---

SIMPULAN DAN SARAN

Dari 10 pernyataan yang menjadi indikator penelitian diperoleh temuan bahwa 9 pernyataan dinyatakan cukup baik, dan terdapat 1 pernyataan kurang baik. Dari hasil penelitian ini dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu pada proses pengambilan keputusan pembelian produk Duta Elektronik Pagar Alam memiliki 5 tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Pada tahap pengenalan kebutuhan, motivasi utama konsumen ingin membeli produk Duta Elektronik Pagar Alama dalah harga yang terjangkau, dan manfaat utama yang diinginkan adalah sebagai kebutuhan rumah tangga. Pada tahap pencarian informasi, sumber utama informasi konsumen adalah keluarga dan lainnya (informasi saat berada di toko), dan fokus perhatian konsumen adalah harga. Pada tahap evaluasi alternatif, kebanyakan konsumen memilih harga dan kualitas sebagai dasar pertimbangan saat akan membeli produk dan menjadi prioritas utama konsumen dalam melakukan pembelian.

Pada tahap keputusan pembelian, konsumen melakukan pembelian produkDuta Elektronik Pagar Alamkarena kemauan sendiri dan pembelian tersebut sudah direncanakan terlebih dahulu. Sebagian besar konsumen jarang melakukan pembelian produk pisang salai dan tidak akan beralih ketika

produkDuta Elektronik Pagar Alamlainnya mengadakan promosi. Pada tahap perilaku pasca pembelian, konsumen merasa puas setelah menggunakan produkDuta Elektronik Pagar Alam, tetapi konsumen akan membeli produk lain jika produkDuta Elektronik Pagar Alamtidak tersedia. Semua konsumen berminat melakukan pembelian ulang dan sebagian besarnya bersedia untuk merekomendasikan produkDuta Elektronik Pagar Alamke orang lain

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchori. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Schiffman, L & LL. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal/Prosiding/Disertasi/Tesis/Skr- -ipsi

- Deviana Putri. 2019. *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Busana Batik di Pusat Grosir Solo*. Edunomika – Vol. 03, No. 02 (Agustus 2019)
- Jefri Yosafat. 2019. *Analisis keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian jeruk Kintamani di Kota Denpasar*. Jurnal Rekayasa

- dan Manajemen Agroindustri
Vol. 7, No. 2, 311-320, Juni
2019.
- Muzakar Isa. 2018. *Analisis
Keputusan Konsumen dalam
Melakukan Pembelian
Makanan dan Minuman di
Warung HK*. DAYA SAING
Jurnal Ekonomi Manajemen
Sumber Daya Vol. 20, No. 1,
Juni 2018
- Pristiana Widyastuti. 2020. *Analisis
Keputusan Pembelian:
Fenomena Panic Buying dan
Service Convenience (Studi pada
Grocery Store di DI Jakarta)*.
Proceeding SENDIU 2020.
- SB. Handayani. 2017. *Analisa
Keputusan Konsumen Warung
Angkringan yang Dipengaruhi
Lokasi, Fasilitas dan Kualitas
Pelayanan*. Jurnal Ekonomi
Manajemen dan Akuntansi No.
43 / Th. XXIV / Oktober 2017.