

**PENGARUH PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP MINAT
BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI DI PLANET BAN MENGANTI GRESIK**

SKRIPSI

Oleh

**ZEN FAIQ NABHAN
NIM. G03219034**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Zen Faiq Nabhan, G03219034, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 9 januari 2024



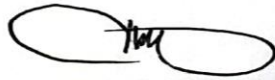
Zen Faiq Nabhan

NIM. G03219034

Surabaya, 22 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

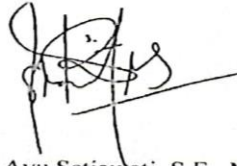
Dosen Pembimbing I ,



Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin.,Ph.D.

NIP. 196703111992031003

Dosen Pembimbing II ,



Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM

NIP. 199305032019032020

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PELAYAN DAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI PLANET BAN MENGANTI GRESIK

oleh

ZEN FAIQ NABHAN

NIM: G03219034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada

Tanggal 9 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Prof. Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.
NIP. 196703111992031003
(Penguji 1)
2. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 2)
3. Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 3)
4. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M. Si
NIP. 198612132019032009
(Penguji 4)



Surabaya, 9 januari 2024



Dr. Straful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000041001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail:
perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zen Faiq Nabhan
NIM : G03219034
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen
E-mail : Zenfaiqbsi27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH PELAYANAN DAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DIPLANET BAN MENGANTI
GRESIK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Januari 2024

Penulis

(Zen Faiq Nabhan)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Pelayanan dan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Di Planet Ban Menganti". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh Planet Ban Menganti mempengaruhi minat beli ulang konsumen dan bagaimana kepuasan konsumen berfungsi sebagai mediator dalam hubungan tersebut.

Metode penelitian yang digunakan meliputi survei, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan konsumen di tiga cabang Planet Ban, yang mencakup total populasi 2.240 orang dan sampel penelitian sebanyak 112 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Bootstrapping menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3 untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen terbukti secara signifikan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Penemuan ini mengindikasikan bahwa Planet Ban Menganti dapat meningkatkan retensi pelanggan dan memotivasi minat beli ulang mereka dengan memastikan pelayanan dan produk yang ditawarkan berkualitas tinggi, sehingga menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen.

Kata kunci: produk, pelayanan, minat beli ulang, kepuasan konsumen, saran

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This research is entitled "The Influence of Services and Products on Repurchase Intention with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable at Planet Ban Menganti". The aim of this research is to find out and explain how the quality of service and products offered by Planet Ban Menganti influences consumers' repurchase interest and how consumer satisfaction functions as a mediator in this relationship.

The research methods used included surveys, interviews and documentation involving consumers at three Planet Ban branches, covering a total population of 2,240 people and a research sample of 112 respondents. The data analysis method used is the Bootstrapping method using SmartPLS version 3 software to identify patterns and relationships between the variables studied. The research results show that there is a significant influence between product and service quality on consumer satisfaction. Furthermore, consumer satisfaction is proven to significantly influence consumers' repurchase interest. These findings indicate that Planet Ban Menganti can increase customer retention and motivate their repurchase interest by ensuring the services and products offered are of high quality, thereby creating a satisfying experience for consumers.

Keywords: product, service, repurchase intention, consumer satisfaction, suggestions



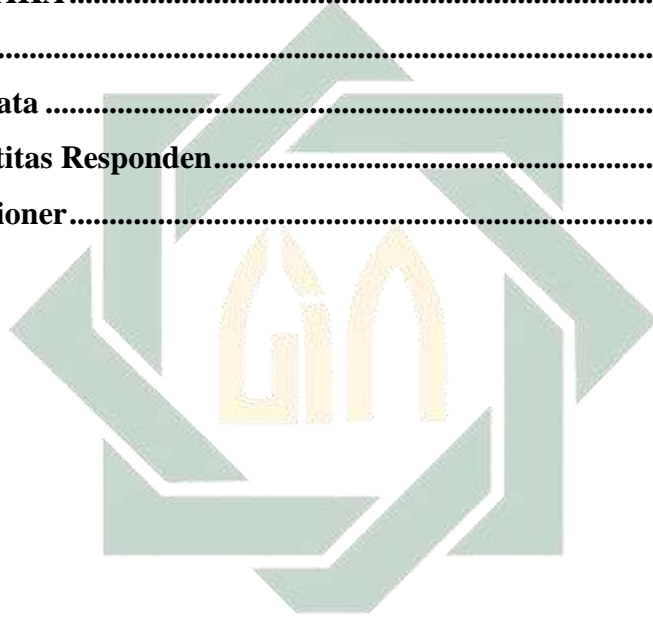
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	VIII
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	XIII
ABSTRACT	VIX
DAFTAR TABEL	IV
DAFTAR GAMBAR	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Kepuasan Konsumen	14
2.5.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	14
2.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen	14
2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2.5.4 Pentingnya Kepuasan Konsumen.....	17
2.2 Minat Beli Ulang	18
2.2.1 Definisi Minat Beli Ulang.....	18
2.2.2 Indikator Minat Beli Ulang	19
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	21
2.3 Pelayanan	22
2.3.1 Definisi Pelayanan	22
2.3.2 Indikator Pelayanan.....	22
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan	24

2.4	Produk.....	25
2.4.1	Definisi Produk	25
2.4.2	Klasifikasi Produk.....	26
2.2.3	Indikator produk.....	27
2.5	Hubungan Antar Variabel	28
2.5.5	Hubungan Antara Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	28
2.5.6	Hubungan Antara Produk Terhadap Minat Beli Ulang	29
2.5.7	Hubungan Antara Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.5.8	Hubungan Antara Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.5.9	Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang 32	
2.5.10	Hubungan Antara Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	33
2.5.11	Hubungan Antara Produk Terhadap Minat Beli Ulang yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen.....	34
2.6	Penelitian Terdahulu	35
2.7	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	41
2.8	Kerangka Konseptual	42
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	45
3.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel.....	46
3.4	Teknik Sampling	48
3.5	Variabel Penelitian.....	49
3.6	Definisi Operasional.....	49
3.7	Jenis Data dan Sumber data	51
3.8	Teknik Pengumpulan Data	52
3.9	Teknik Pengumpulan Data	53
3.10	Teknik Analisis Data.....	54
BAB 4	PEMBAHASAN	62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62

4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	78
4.3	Analisis Model	83
4.4	Pembahasan	99
BAB V PENUTUP.....		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		116
LAMPIRAN.....		123
6	Biodata	123
7	Identitas Responden.....	124
8	Kuisisioner.....	125



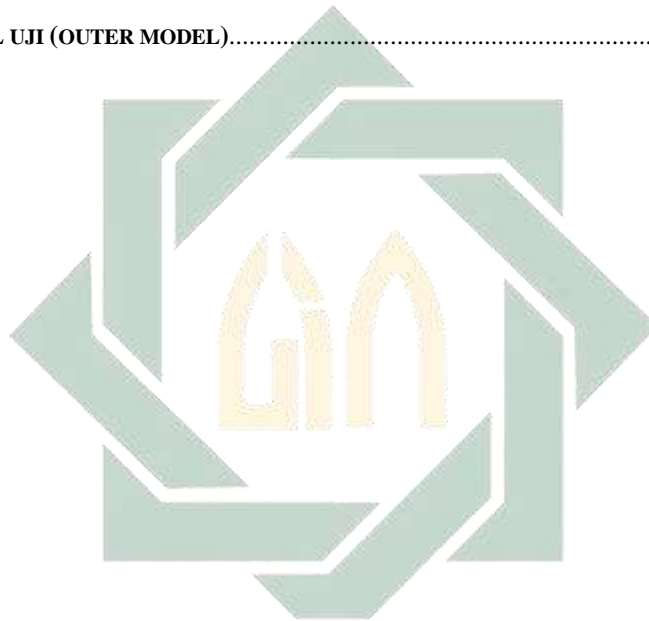
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Tabel

TABEL 2 . 1 : PENELITIAN TERDAHULU.....	36
TABEL 3 . 1: TABEL PERHITUNGAN SAMPEL.....	47
TABEL 3 . 2 : DEFINISI OPERASIONAL	49
TABEL 3 . 3: SKALA LIKERT	52
TABEL 3 . 4: UJI VALIDITAS.....	56
TABEL 3 . 5 : RULE OF THUMB.....	58
TABEL 4 . 1 : PENYARINGAN KUISIONER.....	63
TABEL 4 . 2 : KARAKTERISITIK RESPONDEN BERDASARKAN, JENIS KELAMIN, USIA, PEKERJAAN DAN PENDAPATAN.	64
TABEL 4 . 3 : KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN LAMA MENGGUNAKAN LAYANAN/PRODUK DI PLANET BAN DAN INTENSITAS SERVIS/MEMBELI PRODUK DALAM SETAHUN.....	71
TABEL 4 . 4: KISARAN HARGA PRODUK DI PLANET BAN	74
TABEL 4 . 5 : KISARAN HARGA LAYANAN DI PLANET BAN	76
TABEL 4 . 6 : JAWABAN RESPONDEN SETIAP VARIABEL KUISIONER	77
TABEL 4 . 7 : HASIL NILAI LOADING FACTOR SETIAP INDIKATOR.....	85
TABEL 4 . 8 : <i>AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)</i>	87
TABEL 4 . 9 : CROSS LOADING.....	88
TABEL 4 . 10 : FORNEL LARCKER CRITERION	90
TABEL 4 . 11 : CRONBACH'S ALPHA, RHO_A, DAN COMPOSITE RELIABILITY	91
TABEL 4 . 12 :R SQUARE DAN ADJUSTED R-SQUARE	92
TABEL 4 . 13 : ORIGINAL SAMPLE (O), SAMPLE MEAN (M), STANDARD DEVIATION (STDEV), T STATISTICS DAN P VALUES	95

Daftar Gambar

GAMBAR 1. 1: JUMLAH MOTOR DI INDONESIA (2012-2022).....	2
GAMBAR 1. 2: HASIL PRA SURVEY TERHADAP KONSUMEN PLANET BAN GRESIK MENGANTI	5
GAMBAR 2 . 1 : KERANGKA KONSEPTUAL	44
GAMBAR 4 . 1 : PRODUK YANG PALING DIMINATI	74
GAMBAR 4 . 2 : JASA YANG PALING DIMINATI	76
GAMBAR 4 . 3 : HASIL UJI (OUTER MODEL).....	85



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC Arjuna Medan Perjuangan). *NIAGAWAN*, 11(1), 37–42.
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 249–267.
- Arda, M., & Maulana Banurea, A. (2022). The Effect Of Price, Promotion And Quality Of Service On Gojek Customer Satisfaction (Case Study On Students Of The Faculty Of Economics And Business University Of Muhammadiyah North Sumatra). *International Journal of Educational Review*, 2(4).
- Cakranegara, P. A., Kurniadi, W., Sampe, F., Pangemanan, J., & Yusuf, M. (2022). The Impact of Goods Product Pricing Strategies On Consumer Purchasing Power : A Review of The Literature. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2022. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Dince, M. N., & Desy, H. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pemeriksaan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada KPP Pratama Maumere. *Jurnal Perpajakan*, 7(1).
- Gandhy, A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Dunkin Donuts Gading Serpong. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(2).

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. . Universitas Diponegoro.

Hapsari, B. C., & Astuti, R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Di Toko Online Lazada Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>

Haris, A., Arifin, R., & Arsyianto, M. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan MR.DIY Tlogomas Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 648–660.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>

Hariyanto, Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1784–1795.

Hilda Zannuba, S., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 176–193.
<https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6640>

Jamaluddin, A. (2015). *Metode dan Penelitian Administrasi Publik Teori dan Aplikasi*. Penerbit Gava Media .

- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 2021.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e*, 2(3).
- Mahmud, N., Ismanto, F., & Martini. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Counter Jala Kencana Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(2), 240–255.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di PT. Karya Mitra Usaha). *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Mean, P., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Melalui Sikap Merek Sebagai Variabel Intervening. *JEBM: Jurnal Manajemen*, 13(4), 710–717.
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Indihome (Studi Kasus PT. Infomedia Nusantara

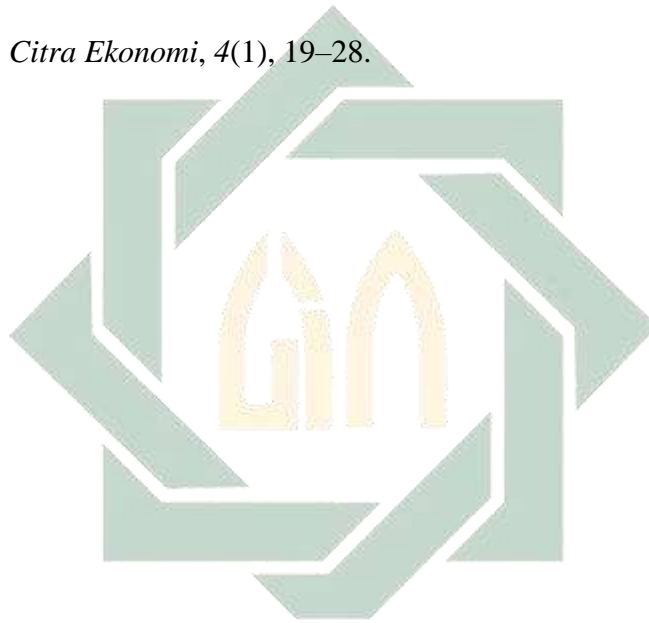
- Bandung). *Jurnal Ilmia MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 5(3), 2021.
- Mudfarikah, R. R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen JEBM*, 13(4), 654–661. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v13i4.10161>
- Nadhifa Salsabila, A., Saidani, B., & Kresnamukti Rivai, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Gen Z. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1).
- Nalendra, A., Rangga, A., Winarno, S. H., & Priadi, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. 10(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif>
- Nikmah, H., Susbiyani, A., Martini, N. N. P., & Qomariah, N. (2022). The Role of Price, Promotion And Quality Of Service in Improving Honda Motorcycle Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics and Management Studies*, 9(1), 14–23. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v9i1p103>
- Nurkhasanah, S., & Mahmud. (2022). Pengaruh Persepsian Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Online Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Pada Shopeefood). *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(2), 1–16. publikasi.dinus.ac.id/index.php/jmdb

- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal EMBA*, 10(1), 68–77.
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Sagala, F. (2022). The Effect of Promotion, Price and Service Quality on Tokopedia Online Shopping Repurchase Decisions. *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Sisca, Wijaya, A., Chandra, E., & Mailoli, J. (2022). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Family : Harga Sebagai Pemoderasi. *Maker : Jurnal Manajemen*, 8(1), 101–108. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Statistik, B. P. (2020). *Pertumbuhan Produksi Kendaraan Di Indonesia*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Website Resmi Planet Ban. (n.d.). Retrieved 14 July 2022, from <https://planetban.com>
- Widjaya, A., & Indrabudiman Padmoprayitno, A. (2022). The Effect of Promotion Mix, Price, and Service Quality on Study Decisions. *Annals of Management*

and Organization Research, 3(3), 221–230.

<https://doi.org/10.35912/amor.v3i3.1350>

Yolanda, F., Fithoni, A., Hartha Delima, R., Karya Muara Bulian, G., Jl Gajah Mada, J., & Muara Bulian, T. (2023). Citra Ekonomi Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Pagi Sore Teratai. *Citra Ekonomi*, 4(1), 19–28.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A