

**PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA USAHA ROTI *FAMILY*
BAKERY DI DUKUH SUDUT, DESA BULAKREJO,
KECAMATAN SUKOHARJO)**

**Lufti Amira Anggraini; Moh. Chairil Asmawan
Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Usaha Roti Family Bakery yang berada di Dukuh Sudut, Desa Bulakrejo, Sukoharjo merupakan salah satu wujud dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sebagai pelaku usaha tentunya akan menghadapi persaingan bisnis baik itu pelaku usaha yang sudah berskala besar maupun pelaku usaha kecil (home industry), Tujuan penelitian ini untuk meneliti apakah Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo. Metode Penelitian ini adalah Kuantitatif dengan desain survey. Populasi penelitian ini adalah pelanggan roti family bakery sejumlah 160 orang. Sampel menggunakan rumus Slovin dengan jumlah 61 sampel. Teknik sampling menggunakan Probabilily sampling system acak. Teknik analisis data menggunakan analisis Regresi Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil Penelitian : 1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$, 2. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.829 < 0.05$, 3. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$, 4. Promosi Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$.

Kata Kunci: promosi, harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, family bakery

Abstract

The Family Bakery bread business located in Dukuh Angle, Bulakrejo Village, Sukoharjo is a form of micro, small and medium enterprise (MSME). As a business actor, of course you will face business competition, both large scale business actors and small business actors (home industry), as is the case in the Roti Family Bakery home industry. The aim of this research is to examine whether promotion, price and service quality influence customer satisfaction at Roti Family Bakery Sukoharjo. This research method is quantitative with a survey design. The population of this study was 160 family bakery customers. The sample uses the Slovin formula with a total of 61 samples. The sampling technique uses a random

probability sampling system. The data analysis technique uses Multiple Regression analysis with the help of the SPSS 25 application. Research Results: 1. Promotion has a significant effect on customer satisfaction at Roti Family Bakery Sukoharjo, this is proven by research results which show a significance value of $0.00 < 0.05$, 2. Price does not has a significant effect on customer satisfaction at Roti Family Bakery Sukoharjo, this is proven by research results which show a significance value of $0.829 < 0.05$, 3. Service quality has a significant effect on customer satisfaction at Roti Family Bakery Sukoharjo, this is proven by research results that shows a significance value of $0.00 < 0.05$, 4. Price Promotion and Service Quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at Roti Family Bakery Sukoharjo, this is proven by research results which show a significance value of $0.00 < 0.05$.

Keywords: promotion, price, service quality, customer satisfaction, family bakery

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi pasar saat ini, semakin meningkatkan daya saing antar pelaku bisnis yang menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan, mendesain ulang dan memodifikasi strategi pemasaran. Bisnis pada saat sekarang ini akan lebih sulit dan menghadapi lebih banyak tantangan, karena semakin banyaknya pesaing serta keinginan konsumen yang terus meningkat akan pelayanan yang baik, kemudahan promosi tentang produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis, harga tidak mahal, dan lain sebagainya.

Menurut Richard L. Oliver dalam (Tjiptono and Diana 2022) kepuasan pelanggan merupakan perasaan antara puas atau tidak puas yang dirasakan oleh konsumen dari membandingkan antara hasil yang diterima dengan harapannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan. Menurut (Arfah, Nasution, and Siregar 2022;12) promosi adalah suatu usaha menawarkan suatu produk atau jasa dengan maksud untuk menarik konsumen agar membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Penelitian terkait tentang pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang di lakukan oleh (Haryoko, Pasaribu, and Ardiyansyah 2020) bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Firman Dekorasi. Faktor yang lain yang mempengaruhi yaitu pelayanan. Menurut (Kurniawan 2022;08) Pelayanan prima

adalah suatu pelayanan terbaik yang diberikan kepada konsumen agar memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Fenomena menjamurnya bisnis usaha roti, kue/*cake* yang ada di Sukoharjo, membuat kondisi persaingan dalam industri tersebut menjadi ketat, sehingga dalam mendirikan usaha tersebut harus mampu memberikan *service* yang terbaik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan mau kembali ke tempat usaha roti tersebut, bahkan mau merekomendasikan kepada relasi mereka, dengan harapan usaha roti tersebut mampu bertahan, bersaing, dan menguasai pasar.

Usaha Roti *Family Bakery* yang berada di Dukuh Sudut, Desa Bulakrejo, Sukoharjo merupakan salah satu wujud dari usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dalam membangun perkembangan usaha Roti *Family Bakery*, pemilik melakukan kegiatan promosi untuk pengenalan produknya. Promosi yang dilakukan oleh Roti *Family Bakery* dengan cara memasarkannya menggunakan media sosial, berupa *Facebook* (untuk berfokus mencari sales sales Roti), *Face to Face* (langsung memasarkan Roti di Pasar dan toko). Kegiatan promosi ini selain untuk mencari konsumen, juga sebagai layanan kepada konsumen agar dapat mendapat informasi terbaru mengenai *Roty Family Bakery*.

Selain kegiatan Promosi yang variatif, *Roty Family Bakery* juga menawarkan berbagai pilihan harga untuk jenis Roty yang berbeda, diantara Roti Toast dengan Harga Rp. 10.000, Roti Borger 1 pak dengan Isi 6 seharga Rp. 10.000, Roti Tawar dan Roti Tawar Rp. 3.000 dan Krumpul seharga Rp. 7.000 – Rp. 12.000. selain harga yang telah ditawarkan, ada perbedaan harga yang diberikan oleh *Roty Family Bakery* kepada Sales perorangan dan Sales pasar. Hal ini untuk memberikan keuntungan yang adil kepada sales dan pemilik usaha. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Usaha Roti *Family Bakery* di Dukuh Sudut, Desa Bulakrejo, Sukoharjo)”.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian ini menggunakan desain survey. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau customer roti *Family Bakery* dengan jumlah responden yaitu di pasar Ir Soekarno 2 kios 17 dan 18 orang, Pasar

gembelangan ada 1 kios dengan jumlah pelanggan 30 orang, pasar Gading 2 kios dengan jumlah pelanggan 23 dan 27 orang, dan pasar Bekonang 1 kios dengan jumlah pelanggan 45 orang. Total populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 160 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu dengan Probability Sampling dengan system pengambilan sampling secara acak, sample diambil dengan rumus linkert. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Berganda dengan bantuan SPSS 25.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis intrumen penelitian dari 33 item pertanyaan yang diajukan kepada 61 responden menunjukkan bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebanyak 32 item pertanyaan valid dan 1 tidak valid. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji validitas menggunakan bantuan SPSS dimana r tabel lebih besar dari r hitung yaitu 0,266. Dan uji reabilitas menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan reliabel dengan ditunjukkan dari hasil uji SPSS nilai *Cronbach Alpha* > 60. Sebelum melakukan uji regresi berganda, diperlukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan rumus kolmogrov Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0.200 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. maka data berdistribusi normal. Nilai VIF dari masing masing variable yaitu Promosi mempunyai nilai 1.523, Harga mempunyai Nilai 1.466 dan kualitas Pelayanan mempunyai nilai 1.331, masing masing dari nilai tersebut lebih kecil dari 10. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas antar variable dependen dan independent.

Dasar pengambilan keputusan adalah H_0 : Tidak ada gejala heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. H_a : Ada gejala heteroskedastisitas apabila ada pola tertentu yang jelas, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit. Melihat data grafik diatas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik meyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau H_0 diterima.

Tabel 1. Analisa Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.949	2.168		6.434	.000
	PROMOSI	.486	.073	.756	6.620	.000
	HARGA	.065	.079	.093	.829	.411
	KUALITA S_PELAY ANAN	-.181	.060	-.320	-	.004
					2.995	

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan data tabel diatas, maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai konstanta dalam persamaan regresi diatas adalah sebesar 2.168, hal ini menunjukkan bahwa nilai promosi, harga, dan kualitas pelayanan dianggap konstan, maka besarnya kepuasan pelanggan meningkat sebesar 2.168. Koefisiensi regresi Promosi sebesar 0.073 bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa jika promosi sering dilakukan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.073. Koefisiensi regresi Harga sebesar 0.079. bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa jika promosi sering dilakukan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.079. Koefisiensi regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.063 bernilai positif hal ini menunjukkan bahwa jika Kualitas Pelayanan sering dilakukan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.063

Nilai dari koefisien determinasi (Adjusted R²) adalah sebesar 0.512. hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan dari variable promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0.512 atau 51.2%. Dimana sisanya yaitu 100%-51.2% yaitu sebesar 48.8% akan dijelaskan oleh variable lain diluar model penelitian ini.

Tabel 2. Uji F

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	147.029	3	49.010	19.965	.000 ^b
	Residual	139.922	57	2.455		
	Total	286.951	60			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, HARGA, PROMOSI

Dalam penelitian ini diketahui bahwa nilai dari F hitung adalah sebesar $19.965 > F$ tabel 2,764 dengan nilai sig lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau Bersama sama terhadap kepuasan pelanggan.

Uji t digunakan untuk melihat apakah variable independent berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen. Berdasarkan hasil uji statistic yang telah dilakukan oleh peneliti variable promosi memperoleh nilai t hitung sebesar 6.620, lebih besar dari nilai T table yaitu dengan tingkat signifikansi sebesar $0.00 < 0,05$, maka hipotesisi diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti atau diterima. Berdasarkan hasil uji statistic yang telah dilakukan oleh peneliti variable promosi memperoleh nilai t hitung sebesar 0.829, lebih besar dari nilai T table yaitu dengan tingkat signifikansi sebesar $0.829 < 0,05$, maka hipotesisi ditolak. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti atau ditolak. Berdasarkan hasil uji statistic yang telah dilakukan oleh peneliti variable promosi memperoleh nilai t hitung sebesar -2.995, lebih besar dari nilai T table yaitu dengan tingkat signifikansi sebesar $0.004 < 0,05$, maka hipotesisi diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti atau diterima

3.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas diketahui bahwa nilai variable independent yaitu Promosi sebesar 0.00 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakery Family Sukoharjo, hal ini juga menunjukkan jika promosi tinggi, maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

Promosi merupakan suatu kegiatan untuk memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan. Promosi yang baik tentu akan memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan karena dengan promosi yang dilakukan oleh suatu Perusahaan maka pelanggan akan tahu secara baik produk yang ditawarkan oleh setiap Perusahaan. Menurut (Nendi, Koesharijadi, and Merthayasa 2022) promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh suatu Perusahaan untuk memperkenalkan produk dan memberikan suatu dampak kepada pelanggan untuk memilih barang dan jasa yang ditawarkan.

Apabila peran promosi dilakukan dengan baik oleh Perusahaan akan memberikan dampak yang baik pula pada keputusan pelanggan dalam menentukan pembelian barang. Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Listiawati, dkk. (2018) dan Martoyo dan Mahardika (2020) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh secara signifikansi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

3.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas diketahui bahwa nilai variable independent yaitu Harga sebesar 0.829 lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakery Family Sukoharjo. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau layanan jasa. Harga merupakan komponen paling penting dalam suatu Perusahaan, harga akan menjadi alat ukur untuk mengukur besaran harga yang dikeluarkan oleh pembeli dengan manfaat barang yang didapat oleh pembeli.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawati, Irawan, and Prasodjo 2019) dengan hasil penelitian Dari hasil penelitian dilapangan tidak ada pengaruh dan tidak signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen.

3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas diketahui bahwa nilai variable independent yaitu Kualitas pelayanan sebesar 0.00 lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakery Family Sukoharjo. Kepuasan konsumen merupakan tanggapan evaluasi yang dirasakan pelanggan sebelum mengkonsumsi produk atau jasa dan sesudah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut apakah sesuai dan terpenuhi atau tidak apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Menurut Richard L. Oliver dalam (Tjiptono and Diana 2022) kepuasan pelanggan merupakan perasaan antara puas atau tidak puas yang dirasakan oleh konsumen dari membandingkan antara hasil yang diterima dengan harapannya.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Jalaludin 2021) dan Pradeep, Vadakepat, and Rajasenan

(2020) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikansi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

3.4 Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diatas diketahui bahwa nilai dari F hitung adalah sebesar $19.965 > F$ tabel 2,764. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Roti Bakery Family Sukoharjo. Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Adi 2021) dan (Sihombing and Mardhiyah 2023) Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Roti Bakery Family Sukoharjo.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.829 < 0.05$. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$. Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Family Bakery Sukoharjo, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai signifikansi yaitu $0.00 < 0.05$.

Diharapkan roti Family Bakery untuk dapat menjaga kualitas harga untuk menambah Kepuasan Pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan sampel penelitian cara lebih luas untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi. Sebaiknya bagi peneliti yang akan datang dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel – variabel lain yang lebih besar pengaruhnya terhadap Kepuasan konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M Farid Tri. 2021. "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya (Studi Kasus Konsumen Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya)." *I* 1(2): 293–300.
- Arfah, Y, B Nasution, and R J Siregar. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Haryoko, Ugeng Budi, Veta Lidya Delimah Pasaribu, and Ardiyansyah Ardiyansyah. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)." *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(1).
- Jalaludin, Jojo. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* 1(2): 40–48.
- Kurniawan, S.P.M.M. 2022. *Pelayanan Prima*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Kurniawati, Tyas, Bambang Irawan, and Adi Prasodjo. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 6(2): 147.
- Nendi, Ikhsan, Koesharijadi Koesharijadi, and Anak Agung Alit Merthayasa. 2022. "Peran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Konsumen Di Marketplace." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* 4(11): 5202–6.
- Pradeep, Suja, Vanaja Vadakepat, and D. Rajasenana. 2020. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Fitness Firms." *Management Science Letters* 10(9): 2011–20.
- Sa'adah, L. 2020. *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sihombing, Frisilia Dewi Raphon, and Ainun Mardhiyah. 2023. "Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 3(1): 68–82.
- Tjiptono, F, and A Diana. 2022. *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN*. Penerbit Andi.
https://books.google.co.id/books?id=_H6REAAAQBAJ.
- Yuliyanto, Wakhid. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Alea Shopid Kebumen." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1(2): 168–72.