

**Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Pelanggan Di Ramayana Mall Dinoyo
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA)**

Lutfi Zainul Hasan *)
Nur Hidayati **)
Aleria Irma Hatneny *)**

Email : lutfizainulhasan@gmail.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere, service quality and product quality on customer satisfaction at Ramayana Mall Dinoyo, and to see how much customer satisfaction, especially for FEB UNISMA students who visited Ramayana Mall Dinoyo, as many as 90 respondents as a sample using the Maholtra formula. . The method in this study uses an Explanatory Research approach. With the results of the F test analysis test, it shows that the X variable (store atmosphere, service quality and product quality) simultaneously has a significant positive effect on the Y variable (customer satisfaction) at Ramayana Mall Dinoyo and the results of the t test analysis show that the X variable (store atmosphere, service quality and product quality) partially have a significant positive effect on the Y variable (customer satisfaction) at Ramayana Mall Dinoyo.

Keyword : Store Atmosphere, Product Quality, Service Quality, Costumer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Persaingan bisnis ritel yang ada di Indonesia semakin sulit dapat dilihat dari banyaknya ritel-ritel *modern* yang ada di pusat kota perbelanjaan. Banyaknya pelaku bisnis dengan segala macam kualitas produk serta pelayanan yang mereka tawarkan membuat perusahaan yang lain semakin sulit merebut pangsa pasar. Dengan kata lain perusahaan secara tidak langsung harus bisa mempertahankan pangsa pasarnya dan berusaha menjaga kepuasan pelanggannya.

Tjiptono (2016) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan ada karena proses setelah belanja dan tingkat pembelian dimulai ketika seorang pelanggan mengetahui atau ingin mengetahui tentang kebutuhan yang disukai. Kepuasan pelanggan merupakan hal bagi suatu perusahaan dibidang bisnis. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan rasa puas kepada pelanggan adalah tanggung jawab bagi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya

Untuk mencapai kepuasan pelanggan yang baik, perusahaan harus memiliki produk atau jasa yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan memberikan rasa nyaman sehingga pelanggan ingin berbelanja di tempat tersebut. Pelaku usaha diharuskan mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan masyarakat saat ini, dengan cara menarik pelanggan melalui rasa nyaman dengan menyuguhkan suasana toko yang nyaman atau memberikan kualitas pelayanan yang baik serta kualitas produk yang bagus demi

memberikan kepuasan terhadap pelanggannya.

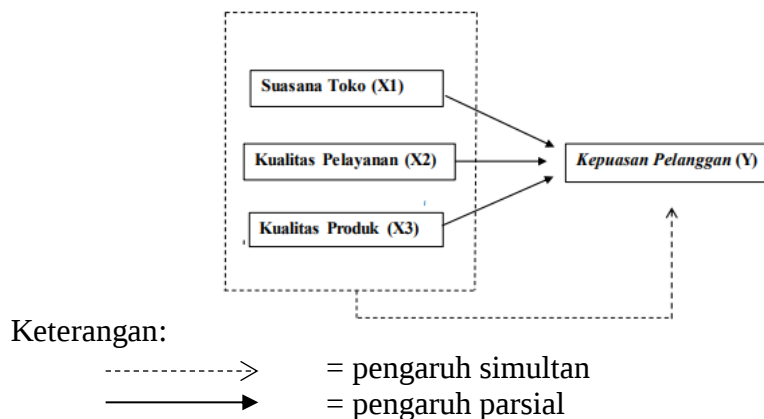
Suasana toko yang nyaman merupakan salah satu titik awal untuk memperoleh hasrat keinginan konsumen untuk datang kemudian ada ketertarikan untuk membeli. Menurut Berman (2014:528) keterpaduan antara area dalam dan luar toko yang mampu membuat rasa senang dan tenang bagi pelanggan yang datang. Setelah kedatangan pelanggan yang dikarenakan suasana toko yang nyaman pelaku usaha harus menawarkan pelayanan yang baik dan dapat diterima oleh pelanggan.

Menurut Kotler (2016:156) kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterima oleh konsumen dengan tingkat pelayanan yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu pelayanan juga dapat menjadi senjata dalam melakukan usaha, dengan kata lain pelaku usaha harus mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan pelanggan dan harus memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.

Selain kualitas pelayanan yang baik pelanggan cenderung memiliki keinginan untuk membeli barang atau jasa yang berkualitas. Maka dari itu, pelaku usaha harus mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas juga. Menurut Tjiptono (2016:105) kualitas produk adalah sebagai bentuk produk itu sendiri, seperti mudah atau tidak penggunaan penggunaan produk tersebut. Oleh sebab itu, produk harus kualitas yang sama dengan kegunaannya, produk sebenarnya tidak perlu berlebihan, biasanya seseorang memerlukan produk yang serba fleksibel dan standart dalam penggunaannya.

Dengan adanya penjelasan diatas pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana Mall Dinoyo.

Kerangka konseptual



Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis explanatory research. (Sugiyono, 2017) berpendapat bahwa Explanatory research akan menjadi penelitian yang masuk akal tentang tempat faktor-faktor yang dimaksud dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Jumlah responden sebanyak 90 dari mahasiswa FEB Universitas Islam Malang,

Terdapat lima penelitian terdahulu yang menjadi landasan empiris dalam penelitian ini yang berkaitan dengan pengaruh variabel X (suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

Baihaqi, dkk., (2020) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno-Hatta

Malang”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel 98 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan alat Analisis Regresi Linier Berganda. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan Kober Mie Setan Malang.

Thaib, dkk., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon, Bekasi”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli mainan anak-anak dan menjadi anggota Toko Toys City Mall Sumarecon, Bekasi, yaitu sebanyak 71 pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap pelanggan kepuasan pada Toys City Mall Summarecon Bekasi.

Bimaria, dkk., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sindy’s Swalayan Palangka Raya”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability sampling*. Metode yang dipakai purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pengaruh Kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Asriski, dkk., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lawang Agung Cabang Malang.” Metode yang dipakai purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 91 responden. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dewi (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon”. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode yang dipakai purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda Hasil ini menemukan bahwa kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menjelaskan pengaruh antara kualitas pelayanan dan suasana toko pada kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian

Rata-rata jawaban responden variabel Suasana Toko

No	Pernyataan	Sebaran jawaban responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	X1.1	12	60	32	128	37	111	7	14	2	2	90	315	3,5
2	X1.2	18	90	32	128	33	99	4	8	3	3	90	328	3,64
3	X1.3	6	30	22	88	42	126	16	32	4	4	90	280	3,11
4	X1.4	8	40	33	132	39	117	9	18	1	1	90	308	3,42
Rata-rata variabel														3,41

Rata-rata jawaban responden variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Sebaran jawaban responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	X2.1	12	60	38	152	37	111	1	2	2	2	90	327	3,63
2	X2.2	10	50	43	172	33	99	2	4	2	2	90	327	3,63
3	X2.3	7	35	37	148	39	117	6	12	1	1	90	313	3,47
4	X2.4	8	40	39	156	37	111	5	10	1	1	90	318	3,53
5	X2.5	8	40	35	140	37	111	8	16	2	2	90	309	3,43
Rata-rata variabel														3,53

Rata-rata jawaban responden variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Sebaran jawaban responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	X3.1	30	150	41	164	13	39	4	8	0	0	90	363	4,03
2	X3.2	15	75	43	172	27	81	3	6	2	2	90	336	3,73
3	X3.3	12	60	39	156	27	81	10	20	2	2	90	319	3,54
4	X3.4	18	90	42	168	27	81	3	6	0	0	90	345	3,83
5	X3..5	29	145	39	156	18	54	3	6	1	1	90	362	4,02
6	X3.6	17	85	33	132	34	102	6	12	0	0	90	331	3,67
Rata-rata variabel														3,80

Rata-rata jawaban responden variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Sebaran jawaban responden												Rata-rata
		5		4		3		2		1		Total		
		F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
1	Y1.1	8	40	37	148	40	120	4	8	1	1	90	317	3,52
2	Y1.2	8	40	36	144	32	96	12	24	2	2	90	306	3,4
3	Y1.3	10	50	22	88	34	102	22	44	2	2	90	286	3,17
Rata-rata variabel														3,36

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

No	Variabel	Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,854	0,2072	Valid
		Y2	0,917	0,2072	Valid
		Y3	0,913	0,2072	Valid
2	Suasana Toko (X1)	X1.1	0,877	0,2072	Valid
		X1.2	0,810	0,2072	Valid
		X1.3	0,863	0,2072	Valid
		X1.4	0,702	0,2072	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,828	0,2072	Valid
		X2.2	0,918	0,2072	Valid
		X2.3	0,893	0,2072	Valid
		X2.4	0,895	0,2072	Valid
		X2.5	0,840	0,2072	Valid
4	Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,590	0,2072	Valid
		X3.2	0,759	0,2072	Valid
		X3.3	0,812	0,2072	Valid
		X3.4	0,706	0,2072	Valid
		X3.5	0,808	0,2072	Valid
		X3.6	0,816	0,2072	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui nilai pada r tabel didapatkan nilai dari sampel 90 sebesar 0,2072, bahwa r hitung > r tabel. maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dinyatakan *valid*.

b. Uji reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,872	Reliabel
2	Suasana Toko(X1)	0,831	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X2)	0,922	Reliabel
4	Kualitas Produk (X3)	0,841	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai *Cronbach Alpha* pada setiap variabel > 0,60. Maka penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01428640
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.095
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.190

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas di, diketahui bahwa nilai sig yakni >0,05. Hal ini berarti data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,359	2,778	Non multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,403	2,481	Non multikolinearitas
Kualitas Produk (X3)	0,558	1,793	Non multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas masing-masing variabel tidak terjadi multikolinieritas. Hal itu terjadi karena di masing-masing variabel nilai tolerance > 0,1 sedangkan nilai VIF<10.

b) Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Sig.	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,132	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,089	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X3)	0,220	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel diketahui nilai signifikansi > 0,05. Sehingga bisa dirumuskan model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.173	.681		-3.190	.002
	TOTAL_X1	.160	.062	.197	2.586	.011
	TOTAL_X2	.416	.049	.610	8.512	.000
	TOTAL_X3	.120	.037	.195	3.199	.002

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat dirumuskan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,173 + 0,160X_1 + 0,416X_2 + 0,120X_3 + e$$

Berdasarkan hasil tabel diatas semua variabel menunjukkan nilai signifikan t < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel bebas (*independent*) seperti, Suasana Toko (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F (simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	422.539	3	140.846	132.292	.000 ^a
	Residual	91.561	86	1.065		
	Total	514.100	89			
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1						
b. Dependent Variable: TOTAL_Y						

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai sig 0,000 dan F hitung sebesar 132,292. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai F signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H_1) diterima. Berdasarkan Hipotesis (H_1) dalam penelitian ini, baik variabel Suasana Toko (X_1), variabel Kualitas Pelayanan (X_2), Kualitas Produk (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan.

Uji Koefisien (*Adjusted R²*)

Uji *Adjusted R²* untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.822	.816	1.032
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1				

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Squared* adalah 0,816 atau sebesar 81,6% yang berarti bahwa variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 81,6 terhadap variabel terikat.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji F didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, H_1 diterima. Hasil ini dapat dikatakan bahwa variabel suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dirasakan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang diungkapkan Kotler (2016:196) “kepuasan merupakan tingkat dimana perasaan senang atau kecewa seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan”.

Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai signifikan $0,011 < 0,05$, H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan suasana toko memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin nyaman suasana toko yang dirasakan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang di jadikan sebagai acuan pada penelitian ini yaitu penelitian Thaib (2020) dan Dewi (2021), dimana pada penelitian ini variabel suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, H_3 diterima. Maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang di jadikan acuan pada penelitian ini yaitu penelitian

dari Baihaqi (2020), Thaib (2020) dan penelitian dari Bimaria (2020), dimana pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, H_4 diterima. Maka dapat disimpulkan kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang di jadikan acuan pada penelitian ini yaitu penelitian dari Baihaqi (2020), Asriski (2020) dan penelitian dari Bimaria (2020), dimana pada penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yakni Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan di Ramayana Mall Dinoyo. Dari hasil pengujian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana Mall Dinoyo, dan variabel suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana Mall Dinoyo.

Saran

Hasil dari penelitian ini semoga dapat memberikan wawasan kepada berbagai pihak yang berminat dengan dunia bisnis ritel, khususnya dalam pemahaman terkait pengaruh antara variabel suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan khususnya Ramayana Mall Dinoyo agar lebih memperhatikan suasana toko, kualitas pelayanan dan kualitas produk demi meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Daftar Pustaka

- Asriski, E. Y., Rachma, N., & ABS, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lawang Agung Cabang Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(04).
- Assauri, Sotjan. 2015. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Baihaqi, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno-Hatta Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(01).
- Berman, Evan. (2014). Retail Management. Edisi 12. Pearson: Jakarta
- Bimaria, N. P. P. R., Kulu, M. P., & Peridawaty, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy's Swalayan Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, 1(3), 181-191.
- Dewi, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 212-223.
- Kotler, Philip, Armstrong Gary. 2016. “ Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1”. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. New Jersey: Pearson Prentice

Hall Intl.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thaib, A. N., Razak, I., & Nuridin, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon, Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1).
- Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran, edisi kedua, Yogyakarta, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Mobil Larasati Lumajang. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 6(2), 212-22.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2016. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). Yogyakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2014). Manajemen Ritel (edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.

Lutfi Zainul Hasan*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nurhidayati **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Aleria Irma Hatneny ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma