

Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Klontong Madura Toko Fahmi

Mohammad Nur Faizi Masyhuri *)

Khalikussabir**)

Budi Wahono ***)

Email : faiz.mashury@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The objective of this research is to decide the influence of Product Completeness and Price on Purchase Decisions at Madura Grocery Store Toko Fahmi among FEB students. The sample used in this study consists of 60 students. The data collection technique employed in this research is a questionnaire, and the data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Product Completeness and Price have a significant impact on Purchase Decisions at Madura Grocery Store.

Keywords: *Product Completeness, Price, Purchase Decision, Madura Grocery Store*

Pendahuluan

Seiring perkembangan zaman dan ilmu teknologi secara global, berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis, turut terpengaruh. Salah satu bentuk bisnis yang terkenal adalah Toko Kelontong Madura. Meskipun minimarket dan toko modern kini menjamur dan menawarkan kebutuhan sehari-hari, namun harga yang ditawarkan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan toko kelontong tradisional.

Peluang ini didasari oleh sebagian besar masyarakat Madura yang merasa penting untuk saling mendukung dan memperkuat perekonomian sesama orang dari daerah asalnya. Meskipun seringkali menjadi tempat pilihan bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam berbelanja, warung kelontong Madura ini kurang dikenal dengan nama warung Madura dikarenakan warung kelontong Madura ini seringkali tidak mencantumkan daerah asal mereka dan juga masyarakat Madura lebih dikenal melalui bisnis seperti sate ayam Madura, bebek purnama Madura, atau usaha potong rambut, dibandingkan dengan toko kelontong.

Kabupaten Sumenep, sebuah wilayah di Jawa Timur yang terletak berada ujung timur Pulau Madura, kini menjadi sumber migrasi bagi banyak penduduk yang merantau ke Jakarta dan sekitarnya untuk mencari kehidupan yang lebih baik. Salah satu contohnya adalah penduduk di desa-desa di Kecamatan Talango, yang banyak bekerja sebagai pedagang toko sembako. Kecamatan Talango, sebagai salah satu kepulauan di Kabupaten Sumenep, memiliki 8 desa mayoritas penduduknya merantau ke Jakarta dan sekitarnya untuk menjadi pedagang toko sembako.

Sebelumnya, mata pencaharian utama penduduk di desa-desa Kecamatan Talango adalah sebagai nelayan dan petani jagung. Namun, dengan berjalannya waktu, minat terhadap pekerjaan ini menurun, terutama di kalangan generasi muda yang enggan melaut atau bertani. Sebagian besar pekerjaan ini sekarang dipegang oleh generasi lama atau orang tua, yang pendapatannya semakin menurun karena jumlah tangkapan ikan yang berkurang dan lahan pertanian yang berkurang akibat pemukiman. Hal ini mendorong penduduk desa untuk mencari keberuntungan di Jakarta dan sekitarnya, di mana mereka membuka usaha sendiri, termasuk menjadi pedagang sembako.

Berdagang merupakan pilihan yang populer di kalangan penduduk desa, termasuk di Kecamatan Talango, karena kegiatan ini relatif mudah dilakukan dan tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan

ekonomi makro. Barang dagangan yang dibutuhkan setiap hari membuat pekerjaan ini dianggap stabil dan berprospek ke depan. Faktor-faktor seperti pendidikan, pengalaman kerja, jumlah pekerja di toko, hubungan antar, jam operasional, lokasi, dan persediaan barang sangat mempengaruhi pendapatan toko sembako, yang kemudian menentukan penghasilan para pekerja.

Toko kelontong Madura ini biasanya menyediakan beragam kebutuhan masyarakat, bahkan hampir semua barang kebutuhan tersedia di sana. Fenomena toko kelontong Madura dapat ditemui di berbagai kota besar, termasuk di Kota Malang. Tampilannya yang berbeda dari warung lain membuatnya lebih mudah dikenali. Salah satu ciri khasnya adalah susunan rokok dan beras yang tertata rapi di bagian depan, ditambah dengan hiasan lampu yang berkelap-kelip.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti dampak Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Misalnya, penelitian oleh Widodo, T. (2016) menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk memiliki efek positif dan signifikan pada pengambilan keputusan Pembelian. Sementara itu, penelitian oleh Jacobus, dkk (2022) menegaskan kelengkapan produk dan harga juga memiliki dampak yang signifikan dalam konteks ini.

Hampir semua penelitian menemukan hasil yang serupa. Sebagai contoh, penelitian oleh Pratiwi, dkk (2018) menunjukkan bahwa harga selalu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, Adrianto, A. (2021) menemukan bahwa harga dapat mendorong pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana kelengkapan produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan mahasiswa, serta memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku keputusan pembelian mahasiswa dalam konteks toko Madura yang terus berkembang.

Rumusan Masalah

1. Apakah kelengkapan produk, Harga dan jam operasional berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Warung Klontong Madura?
2. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Warung Klontong Madura?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Warung Klontong Madura?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kelengkapan produk, harga, dan jam operasional terhadap keputusan pembelian di warung kelontong Madura.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Warung Kelontong Madura
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Warung Kelontong Madura.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap prosesi pengambilan keputusan sampai konsumen benar-benar membeli produk (Tjondrokoesoemo, 2016).

b. Kelengkapan Produk

Menurut Ma'aruf (2005), kelengkapan produk berkaitan dengan penyediaan berbagai barang yang sesuai dengan bidang usaha toko, seperti kebutuhan pokok, sandang, perlengkapan rumah tangga, hingga produk umum lainnya. Barang-barang tersebut harus tersedia dalam jumlah serta harga yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai..

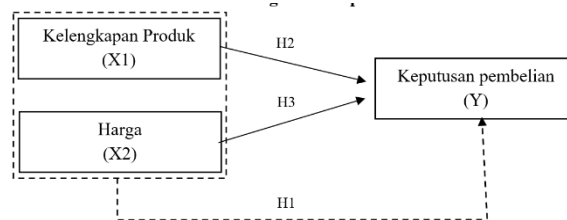
c. Harga

Menurut Thomas (2009), harga dapat dipahami sebagai nilai moneter dari suatu produk atau

jasa di pasar. Harga juga menggambarkan jumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tersebut..

Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Kelengkapan produk dan harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

H2 : Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H3 : : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Metodologi Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Pendekatan yang diaplikasikan pada studi ini yakni kuantitatif dengan penyebaran kuesioner melalui *googleform*. Lokasi yang digunakan dalam Tempat penelitian ditetapkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, beralamat di Jl. Mayjen Haryono No. 193, Dinoyo, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65144.. Studi ini dilangsungkan mulai awal Juli 2025 sampai dengan Agustus 2025

Populasi dan Sampel

Pada penelitian yang dilakukan, populasi dipilih terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang melakukan pembelian di toko Maura tidak diketahui. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *proportional sampling*, Studi ini mengaplikasikan rumus Malhotra, Menurut Malhotra (2007) sebab populasi di studi ini tak dikenali dengan tepat kuantitas mahasiswa yang melakukan investasi cryptocurrency, jumlah indikator dikalikan dengan 5. Sehingga jumlah pada sampel penelitian (12 indikator x 5) adalah senilai 60 perespon. Dengan sampel yang lebih besar, hasil penelitian Anda akan lebih dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Ini meningkatkan validitas eksternal penelitian, membuat temuan lebih relevan dan dapat diterapkan secara lebih luas (Anderson, R. E. 2014)

Pembahasan Hasil Penelitian Uji Instrumen

Uji Validitas

Mendapati hasil korelasi untuk setiap item pernyataan menunjukkan bahwa nilai *r* hitung melebihi *r* tabel, yang bernilai 0,254 diperoleh dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%, menggunakan rumus ($df = N-2$), yaitu $60 - 2 = 58$, sehingga nilai *r* tabel untuk 86 adalah 0,254. Ini mengindikasikan bahwa alat yang diterapkan dalam riset ini dapat diterima..

Uji Reliabilitas

Mendapati item menunjukkan bahwa dari 12 item, yang masing-masing mewakili 2 variabel independen dan 1 variabel dependen, diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,688, yang lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu, karena setiap variabel di riset ini menunjukkan nilai Cronbach Alpha di atas 0,60, Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap variabel yang dianalisis didalam studi ini adalah reliabel.

Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas dengan metodo *Kolmogorov- Smirnov*, sig yang diperoleh adalah 0,2, yang lebih besar dari 0,05, Hal ini sesuai dengan kriteria uji normalitas, di mana nilai signifikansi atau probabilitas yang melebihi 0,05 mengindikasikan bahwa variabel residual pada riset ini mengikuti distribusi dengan normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji hasil dimana nilai toleransi yang dimiliki X1 sebesar 0,971 dengan nilai VIF 1,030, sedangkan nilai toleransi yang dimiliki X2 adalah 0,971 dengan VIF 1,030. Makabisa ditarik kesimpulan bahwa data tak terjadi gejala multikolinearitas dikarenakan ketiga Variabel menunjukkan nilai tolerance yang melebihi 0,10 dan VIF di bawah 10..

Uji Heteroskedastisitas

Mendapati variabel X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,816, sementara nilai signifikansi untuk variabel X2 adalah 0,893. Hasil uji ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel independen dalam penelitian ini, karena nilai signifikansi dari semua variabel independen melebihi 0,05

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.639	1.857		-.343	.733
x1	.519	.107	.474	4.872	.000
1 x2	.353	.076	.427	4.385	.000

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut hasil yang diperoleh :

- Nilai kostanta yang diperoleh adalah -.639, yang menunjukkan indikasi bahwa nilai variabel dependen adalah -.639 ketika variabel independen bernilai 0.
- Koefisien regresi variabel X1 yang bernilai positif (+) sebesar 0,519 mengindikasikan jika variabel X1 mengalami peningkatan, maka variabel Y juga akan mengalami peningkatan, dan akan terjadi sebaliknya.
- Menurut Nilai koefisien regresi variabel X2 yang bernilai positif (+) sebesar 0,335, variabel Y akan meningkat seiring dengan variabel X2, dan sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.8865	2	44.432	25.913	.000 ^b
Residual	97.735	57	1.715		
Total	186.600	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Data Primer diolah 2024

Nilai signifikans adalah 0,000 (kurang dari 0,05). Ini mengindikasikan bahwa variabel

independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan..

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.639	1.857		-.343	.733
x1	.519	.107	.474	4.872	.000
x2	.353	.076	.427	4.385	.000

Sumber : Data Primer diolah 2024

Berlandaskan hasil nilai uji menurut tabel 4.16 yang diberikan sebagai berikut :

- Nilai sig. variabel X1 adalah sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat diartikan variabel X1 mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Y
- Nilai sig. variabel X2 adalah sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat diartikan variabel X2 mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel Y

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.458	1.309

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Sumber : Data Primer diolah 2024

Mendapati nilai hasil Adjusted R Square adalah 0,458, Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan sekitar 45,8% dari variasi dalam variabel dependen. Dengan demikian, variabel-variabel independen dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 45% terhadap variabel dependen, sedangkan 55% sisanya dipengaruhi oleh variabel tambahan yang tidak dibahas dalam studi ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toko Madura. Pada analisis hasil penelitian ini terdapat faktor yang menyebabkan Kelengkapan Produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan yaitu, Pembeli setuju dengan kelengkapan produk sangat bernilai bagi pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widodo, T. (2016) yang berjudul "Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Self Service Ada Baru di Kota Salatiga." Hasil yang selaras juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Jacob, dkk., (2022) dengan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado Pada Masa Pandemi Covid-19” dengan hasil Kelengkapan Produk signifikan terhadap Pengambilan keputusan Pembelian mahasiswa.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan Pembelian di Toko Madura. Analisis Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan Harga secara signifikan

mempengaruhi keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, dkk (2020) berjudul "Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko pelita jaya buyungon amurang." Dalam penelitian yang dilakukan Pratiwi, ditemukan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap pembuatan Keputusan Pembelian. Selain itu, kehadiran pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini juga sama dengan Adrianto, A (2021) dalam penelitian berjudul "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone" Penelitian Adrianto menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Kelengkapan Produk dan Harga secara bersama-sama yang memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Kelengkapan Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Harga memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Keterbatasan

Penelitian ini menghadapi beberapa keterbatasan. Pertama, ukuran sampel yang kecil membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi temuan penelitian ke populasi yang lebih luas. Kedua, keterbatasan waktu dapat mempengaruhi kedalaman analisis dan kemampuan untuk mengumpulkan data secara menyeluruh. Terakhir, keterbatasan pengetahuan awal peneliti tentang topik penelitian atau kurangnya data sebelumnya dapat mempengaruhi hasil penelitian

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan Kelengkapan Produk memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian dalam toko kelontong. Sebaliknya, Harga memiliki berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam toko kelontong Madura. Mengingat hasil penelitian ini sesuai dengan harapan, maka saran berikut dapat diajukan:

1. Bagi Konsumen khususnya mahasiswa FEB UNISMA maupun masyarakat umum, diharapkan dapat lebih selektif dalam melakukan pembelian dengan mempertimbangkan kelengkapan produk dan kesesuaian harga. Konsumen sebaiknya memilih toko yang mampu menyediakan produk lengkap dengan harga yang kompetitif, sehingga keputusan pembelian dapat lebih efisien dan sesuai kebutuhan.
2. Bagi Pemilik Usaha (Toko Fahmi) disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kelengkapan produk yang tersedia, karena terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pemilik toko juga perlu menetapkan strategi harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik pembeli baru.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada mahasiswa FEB UNISMA, tetapi juga masyarakat umum atau konsumen dari berbagai kalangan, agar hasil penelitian dapat lebih general dan komprehensif. Selain itu, metode penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan pendekatan kualitatif seperti wawancara atau observasi langsung, untuk memahami lebih mendalam mengenai motivasi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian di warung kelontong.

Referensi

- Adiningsih, A. D. A., Ghofar, A., & Amalia, A. D. (2022). *Pengaruh Financial Influencer Dan Webinar Investasi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa*. 1(1).
- Bangun, V. L. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Overconfidence terhadap*

Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta).

- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment. *The Quarterly Journal Of Economics*, 116(1), 261–292. <https://doi.org/10.1162/003355301556400>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Ellen, P., & Isbanah, Y. (2018). *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 6.
- Firgayanda, M. D., & Jumhur, H. M. (2022). *Analisis Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Cryptocurrency (Studi Pada Pengguna Platform Indodax)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.).
- Hulzebos, S. (2023). *Message Framing and Advertising Appeal in Financial Influencer Videos [Business Communication and Digital Media]*. Tilburg University.
- Mawardi, M.C., Handayati, Puji., Mukhlis, Imam., Hermawan, Agus.,(2025) *Financial Behavior, Self-Efficacy, And Entrepreneurial Skills: Uncovering The Determinants Of Culinary Business Performance.*, <https://archive.conscientiabeam.com/index.php/29/article/view/4230>., The Economics and Finance Letters., conscientiabeam., United Arab Emirates (UAE)
- Mawardi, MC., (2025) *Managerial Ownership as A Selective Moderator: Strengthening the Role of Capital Structure and Profitability in Firm Value.*, Unvesitas Udayana., Denpasar
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Briks, D. F. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach* (5 ed.). Harlow : Pearson Education.
- Malkiel, B. (2021). *A Random Walk Down Wall Street: The Time-Tested Strategy for Successful Investing*. w. w. Norton & Company.
- Pranata, R. M., Nugraha, & Purnamasari, I. (2023). Keputusan Investasi Cryptocurrency di Purwakarta: Mengungkap Dampak dari Herding dan Overconfidence. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 9(1), 62–72. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v9i1.5502>
- Rayhan Zanesty, R. A., Dewa Prakarsa, T. A., Alina, I. C., & Rakhmawati, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Masyarakat Indonesia Dalam Pembelian Cryptocurrency. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(1), 44–59. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.248>
- Rona, I. W., & Sinarwati, N. K. (2021). Pengaruh Herding Bias dan Overconfidence Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 104–130. <https://doi.org/10.21632/saki.4.2.104-130>
- Salwah, S. (2020). *Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar*.
- Yolanda, Y., & Tasman, A. (2020). Pengaruh Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Generasi Millennial Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 144. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8533>
- Zakaria, A., & Megawati, L. (2022). *Pengaruh Experienced Regret, Risk Tolarance, Illusion Of Control dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency (Studi kasus pada Exchange Tokocrypto)*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7069456>

Mohammad Nur Faizi Masyhuri *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Khalikussabir**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Budi Wahono***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma