

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR KOTA PALOPO

Raznilawati Zainuddin^{1*}, Erniyati Caronge²

¹Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Andi Djemma Palopo Sulawesi Selatan

²Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI)
YAPMI Makassar

*Email: raznilappo@yahoo.com

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor (SJAM) Kota Palopo. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, studi pustaka, dan angket. Jenis dan sumber data berupa data kuantitatif dan kualitatif dianalisis dengan metode regresi linier. Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Analisis regresi linier sederhana penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SJAM, dan nilai probabilitas (sig) adalah $3,818 > 504$ atau sig. $0,000 < 0,05$. menarik pelanggan, seperti mengatakan bahwa pelanggan akan selalu kembali ke PT. Jika SJAM ingin membeli sepeda motor, pernyataan ini mendapat respon paling rendah dari pelanggan. Oleh karena itu PT. SJAM disarankan untuk mengatasi masalah ini dengan berbagai model penjualan yang menarik pelanggan untuk datang kembali.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, analisis regresi linier

ABSTRACT. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Suraco Jaya Abadi Motor (SJAM) Palopo City. Data collection techniques used in this study were interviews, literature studies, and questionnaires. Types and sources of data, in the form of quantitative and qualitative data, were analyzed by linear regression method. Sources of data include primary data and secondary data. The study's simple linear regression analysis showed that the service quality variable had a significant effect on customer satisfaction at PT. SJAM, and the probability value (sig) is $3.818 > 504$ or sig. $0.000 < 0.05$. attract customers, such as saying that customers will always return to PT. If SJAM wants to buy a motorcycle, this statement gets the lowest response from customers. Therefore PT. SJAM is advised to address this problem with various sales models that attract customers to come back.

Keywords: customer satisfaction, service quality, linear regression analysis

PENDAHULUAN

Pada era digital perkembangan dunia usaha sangat berkembang, salah satunya diperusahaan PT. Suraco Jaya Abadi Motor. Usaha bermunculan berpotensi peningkatan persaingan jumlah usaha yang bersifat sejenis, maka menghadapi situasi demikian, pengusaha mampu dan tanggap mengambil keputusan agar berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut bisa mempertahankan pasar

dan memenangkan persaingan. Perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan user. sehingga dapat merancang strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Total *service quality* adalah komitmen yang tepat untuk mengoperasionalkan konsep *customer-focused* yang menetapkan standar kinerja layanan dan menjaga antusiasme pelanggan setiap saat dan dalam pangsa pasar. Layanan kualitas total adalah konsep

strategis dengan melibatkan manajer, dan pekerja menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk terus meningkatkan proses organisasi untuk memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan

Seperti yang kita ketahui bersama, hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk dapat bertahan dan menjaga kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan tetap dapat memberikan manfaat antara lain hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggannya, pelanggan akan melakukan pembelian ulang sampai kepuasan pelanggan tercapai, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2014).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Palopo. Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Palopo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah peneliti peroleh dalam perkuliahan. sebagai tambahan wawasan dan dapat menjadi bahan referensi atau referensi untuk penelitian selanjutnya bagi mahasiswa Universitas Andi Djemma Palopo khususnya bagi fakultas ekonomi. untuk penelitian ini, perusahaan diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi PT. Suraco Jaya Abadi

Motor Palopo dan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan pada PT. TOI (Ade Syarif Maulana, 2016). Kualitas produk, harga produk dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Berri Indosari (Alafityanto & Djumarno, 2017). Faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan harus dipertimbangkan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Raznilawati, 2021)(Raznilawati, 2017a)(Raznilawati, 2017b).

Peningkatan keterampilan karyawan secara teknis, sikap dan perilaku melalui pelatihan dan kursus singkat yang mensimulasikan pelayanan prima dengan standar perusahaan, sosialisasi kepada petugas operasional langsung tentang kebutuhan pelanggan, atau sosialisasi persepsi manajemen untuk mengurangi kesenjangan yang terjadi. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Moha et al., 2016).

kualitas pelayanan di Legend Premium Coffee pada kategori baik 66% dan cukup 34%, pada indikator kualitas pelayanan kehandalan memiliki kategori baik 62,3% dan cukup 37,7%, ketanggapan memiliki kategori baik 34% dan cukup 66%, jaminan memiliki kategori baik 43,5% dan cukup 56,%, perhatian memiliki kategori baik 55,4% dan cukup 44,5%,

bukti fisik memiliki kategori baik 70,5% dan cukup 29,5% (Jayanti, 2016).

Kebiasaan mengkonsumsi merek adalah suatu kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang. Selalu menyukai merek Merupakan Dimana konsumen menunjukkan sikap yang menyenangkan terhadap sebuah merek yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen.

Metode penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi pustaka, kuesioner. jenis dan sumber data jenis data berupa data kuantitatif data kualitatif dsn dianalisis dengan metode regresi linear. sumber data meliputi data primer dan data sekunder

Analisis deskriptif merupakan metode bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah di pahami, dalam bentuk informasi yang ringkas, dan analisisnya di uraikan sehingga akan dibentuk satu kesimpulan.

Survey menggunakan skala Likert dengan bobot pertanyaan 5 dan bobot terendah 1. Dengan jumlah responden 30 orang maka range dirumuskan:

$$\begin{aligned} \text{Rata - rata skor} &= \frac{\text{skor maks} - \text{skor min}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Tabel 1. Range Skala Likert

| No | Rentang Skala | Pernyataan Jawaban |
|----|---------------|---------------------|
| 1. | 1,00-1,80 | Sangat tidak setuju |
| 2. | 1,81-2,60 | Tidak setuju |
| 3. | 2,61-3,40 | Cukup setuju |
| 4. | 3,41-4,20 | Setuju |
| 5. | 4,21-5,00 | Sangat Setuju |

Reliabilitas, menetapkan apakah instrument kuesioner dapat digunakan lebih

dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten dengan kata lain, realibilitas instrument mencirikan tingkat konsistensi kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas lebih besar 0,60 (Sugiono, 2014:147).

Analisis Regresi sederhana, Mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan digunakan teknik analisis linear sederhana. Analisis ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b x + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Bilangan konstanta

X = Koefisien Kualitas Pelayanan

E = Standar error

Uji t (Parsial), mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2011:23)

Kriteria Keputusan digunakan adalah:

Jika t hitung > t table, dan sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika t dihitung < t table, dan sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Analisis determinasi, mengetahui kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Priyatno, 2011).

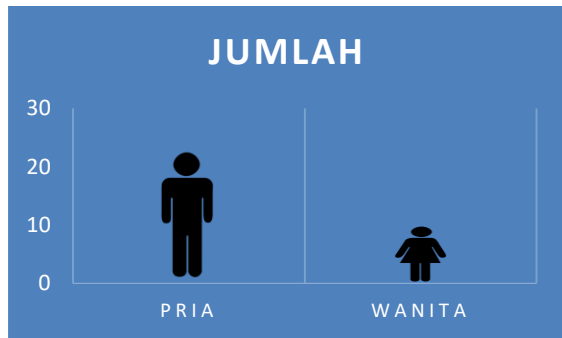
Definisi Operasional, Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam pelayanan dan pengendalian atas tngkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah

membandingkan hasil kerja atau produk dengan hasil yang diharapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dikelompokkan berdasarkan beberapa karakteristik jenis Kelamin dan Usia.



Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 2. Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

| No | Jenis kelamin | Jumlah responden | Presentase |
|----|---------------|------------------|-------------|
| 1 | Pria | 25 | 71% |
| 2 | Wanita | 10 | 29% |
| | | 35 | 100% |

Sumber: data diolah (2021)

Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Rekapitulasi Responden Berdasarkan usia

| No | Umur | Jumlah responden | Presentase |
|----|---------------|------------------|-------------|
| 1 | 17-25 tahun | 7 | 20% |
| 2 | 26-35 tahun | 18 | 51% |
| 3 | >36 tahun | 10 | 29% |
| | Jumlah | 35 | 100% |

Sumber: data diolah (2021)

Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 3. Rekapitulasi Responden Berdasarkan pekerjaan

| No | Pekerjaan | Responden | Presentasi |
|----|---------------|-----------|-------------|
| 1 | Wiraswasta | 19 | 54% |
| 2 | PNS | 10 | 29% |
| 3 | IRT | 6 | 17% |
| | Jumlah | 35 | 100% |

Sumber: data diolah (2021)

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas layanan (X)

Analisis indikator terhadap kualitas pelayanan ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. rekapitulasi variabel kualitas layanan

| No. | Variable kualitas pelayanan | Rata-rata | Keterangan |
|-----|-----------------------------|-------------|---------------|
| 1 | Berwujud | 3,79 | Setuju |
| 2 | Empati | 4,21 | Sangat Setuju |
| 3 | Cepat tanggap | 4,16 | Setuju |
| 4 | Keandalan | 4,01 | Setuju |
| | Rata-rata | 4,04 | Setuju |

Sumber: diolah 2021

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator pada variabel kualitas pelayanan, indikator merekomendasikan empati lah yang lebih dominan dari indikator lainnya. Hal ini dibuktikan dengan besarnya rata-rata jawaban yang dimiliki indikator empati tersebut yakni 4.21 dengan keterangan setuju, dan rata-rata keempat indikator Kualitas pelayanan tersebut sebesar 4,04 dengan keterangan setuju. Artinya dari keempat indikator tersebut memberikan kesimpulan bahwa dimana sebagian besar responden/konsumen lebih memilih indikator empati, dalam hal ini membuktikan bahwa indikator empati tersebut lebih dominan di kota palopo sehingga menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Suraco Jaya Abadi Motor Kota Palopo

Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Analisis Responden Terhadap Variable Kepuasan Pelanggan (Y) Tabel 5. rekapitulasi indikator variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

| No. | Indikator kepuasan pelanggan | Rata-rata | Keterangan |
|-----|------------------------------|-----------|---------------|
| 1 | Pembelian ulang | 3,67 | Setuju |
| 2 | Kebiasaan mengkonsumsi merek | 4,46 | Sangat Setuju |
| 3 | Selalu menyukai merek | 4,46 | Sangat Setuju |

| | | |
|------------------|-------------|---------------|
| Rata-rata | 4,19 | Setuju |
|------------------|-------------|---------------|

Sumber: diolah 2021

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diteliti. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah korelasi produk moment atau pearson correlation dengan tingkat kepercayaan 95% (a=0,05) atau r tabel (0,275) dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor totalnya.

Uji reliabilitas, digunakan mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrument pada penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 6. hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .698 | 12 |

Tabel 7. hasil uji reliabilitas kepuasan pelanggan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .718 | 9 |

Dari tabel tersebut dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60.

Analisis regresi sederhana

Tabel 8. Analisis Regresi Linier sederhana

| Model | Unstandardized Coefficients | | standardized coefficients | T | Sig |
|------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|-------|-----|
| | B | Std.Error | Beta | | |
| (Constant) | 3.818 | 5,664 | | 676 | 504 |
| X | 487 | 100 | 578 | 4.880 | 000 |

Berdasarkan tabel 8, diperoleh sebuah persamaan regresi linear sederhana sebagaimana persamaan regresi linear sederhana yaitu $y = a + b x e$, maka jika dimasukkan dalam sebuah persamaan yaitu: Regresi linier sederhana $Y 3.818+ 487 X.e$

Uji t (Parsial), digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen yakni kualitas layanan terhadap variabel dependen yakni loyalitas konsumen maka digunakan uji signifikan, yakni dengan membandingkan antara nilai t hitung dan t tabel atau nilai sig < 0,05 dari masing-masing variabel, dimana dari hasil pengujian regresi menggunakan SPSS.25, maka diperoleh hasil sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 9. hasil uji t (parsial) Coefficientsa

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.245 | 9.226 | | .243 | .809 |
| | Kualitas Pelayanan | 1.204 | .117 | .883 | 10.319 | .000 |

a. Dependent Variabel: kepuasan pelanggan

Pada tabel 9. menjelaskan tentang hasil uji t atau uji hipotesis. Dengan demikian sesuai pada tabel di atas menjelaskan bahwa hasil pengujian parsial (Uji t) antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual

dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Berikut ini dijelaskan hasil perhitungan uji t masing-masing variabel:

Variabel X

Hasil uji signifikansi pengaruh parsial (uji t) pada variabel X1 menghasilkan signifikansi sebesar 0.000. Tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan X1 berpengaruh terhadap Y dapat diterima.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Berikut ini tabel koefisien determinasi yang dihasilkan dalam penelitian:

Table 11. hasil uji determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-----------------|----------------------------|
| 1 | .752a | .556 | .539 | 2.00274 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25. Berdasarkan tabel 11. dapat diketahui bahwa besarnya R² adalah 0.566, hal ini berarti 56.6% variasi dari Y dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya (100% - 56.6% = 43.4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Hasil penelitian ini peneliti menjelaskan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Kota Palopo sebagai berikut Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Kota Palopo. Penulis memperoleh hasil dari penelitian ini dimana setelah melakukan pengujian analisis regresi linear diketahui Nilai probabilitas (sig) sebesar 3,818 > 504 atau sig. 0,000 < 0,05. menarik

pelanggan seperti pada pernyataan pelanggan akan selalu kembali ke PT Suraco Jaya Abadi Motor jika ingin membeli sepeda motor, pernyataan inilah yang mendapat respon terendah dari pelanggan maka dari itu pt suraco jaya disarankan menyiasati masalah tersebut dengan berbagai macam pola penjualan yang menarik minat pelanggan untuk kembali

KESIMPULAN

1. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Kota Palopo
2. Hasil analisis regresi linear diketahui Nilai probabilitas (sig) sebesar 3,818 > 504 atau sig. 0,000 < 0,05. menarik pelanggan seperti pada pernyataan pelanggan akan selalu kembali ke PT Suraco Jaya Abadi Motor jika ingin membeli sepeda motor, pernyataan inilah yang mendapat respon terendah dari pelanggan maka dari itu pt suraco jaya disarankan menyiasati masalah tersebut dengan berbagai macam pola penjualan yang menarik minat pelanggan untuk kembali

DAFTAR PUSTAKA

Ade Syarif Maulana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Toi. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>

Alafityanto, A., & Djumarno, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Customer (Study pada PT Berri Indosari). *Swot*, 7(2).

- Chandra, Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, Vol. 2: 85-95.
- Jayanti, N. D. (2016). Kualitas Pelayanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles) Di Legend Premium Coffee Yogyakarta. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk*, 1–97.
- Kotler dan Armstrong, (2011), Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga. Kotler, (2012) Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, mudrajad, (2012), metode kualitatif, Yogyakarta: AMP YKPN.
- Kurniasih. (2012) Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan (studi pada bengkel Ahass 0002- Astra Motor Siliwangi Semarang. *Jurnal admistrasi bisnis*. 1 (1).
- Margaretha, (2014), Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi
- Moha, S., Loindong, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado the Analysis of Service Quality on Customer Satisfaction and Facilities in Hotel Yuta Manado. *Moha., Sj. Loindong. Analisis Kualitas Pelayanan... Jurnal EMBA*, 575(1), 575–584. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11715>
- Prasetio (2012) pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT TIKI cabang Semarang.
- Raznilawati, Z. (2017a). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada cafe Enzyme Palopo, 8(1), 14–25.
- Raznilawati, Z. (2017b). Pengaruh Merek Magnum Reload Terhadap Volume Penjualan Pada Zerca Store 2 Di Kota Palopo. *Humano*, 7(1), 1–22. <https://doi.org/10.33387/hjp.v7i1.304>
- Raznilawati, Z. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Online Shop Skincare Pada @Preloved.Byluls. *Humano*, 12(2), 1–10.
- Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Bisnis, Alfabetha, Bandung.
- Suprpto, Johanes, (2011), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality and Satisfaction, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, (2012), Pemasaran Jasa, Malang: Bayumedia.
- Parasuraman (Tjiptono:2016) Manajemen Publik jakarta 2005:PT Gramedia Widayarsana Indonesia.