

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. GO-JEK Indonesia, Cabang Pekanbaru

MIKHAEL KEVIN¹; NOFRIZAL^{2*}

Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso Km 08 Rumbai Telp. (0761) 52581 Fax. (0761) 52581
E-mail : Nofrizalfe@unilak.ac.id

Submit : 2023-04-04

Review : 2023-06-15

Publish : 2023-06-26

Abstract: The purpose of this study was to determine the significant influence on the quality of Service and price on customer satisfaction at PT. Go-Jek Indonesia Tbk, Pekanbaru Branch. Samples taken were 100 respondents and use purposive sampling technique. Data analysis method using multiple linear regression test. The results showed that service quality and price had an effect on customer satisfaction at PT. Go-Jek Indonesia, Tbk of Pekanbaru Branch with a determination coefficient of 79,10%. Service Quality is the most dominant determining factor that can increase customer satisfaction at PT. Go-Jek Indonesia at Pekanbaru.

Keywords: *Services Quality, Price, Customer Satisfaction*

Di era yang modern ini, transportasi adalah salah satu penunjang penting segala aktivitas kegiatan manusia sehari-hari, terutama di daerah perkotaan. Transportasi mempermudah segala kegiatan, baik dalam kegiatan pekerjaan, pendidikan, maupun hiburan. Transportasi dapat digunakan untuk membantu kegiatan pembangunan, menumbuhkan sistem perekonomian, serta mempercepat waktu kegiatan suatu sistem didalam suatu Negara.

Munculnya internet adalah dari perkembangan kemajuan teknologi itu sendiri. Internet pada pengertiannya adalah suatu jaringan didalam alat elektronik komunikasi seperti komputer dan *handphone* sehingga dapat melakukan komunikasi atau hubungan jarak jauh. Seiring dengan perkembangan transportasi, teknologi, dan keinginan mobilitas tinggi tersebut, hadirnya aplikasi yang mem-perkenalkan layanan jasa berbasis transportasi online dan menggunakan jaringan internet yang sangat berguna bagi kehidupan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari dengan efektif dan efisien.

Perusahaan transportasi *online* akan terus dituntut untuk mengikuti perkembangan, seperti meningkatkan kualitas layanannya dan selalu meng-

utamakan kepuasan konsumen/pelanggan, sebagai salah satu bentuk dalam mempertahankan bisnis dan kelangsungan hidup perusahaan. Gojek hadir dengan layanan berbasis transportasi *online* dengan sistem memesan menggunakan aplikasi di *handphone*, konsumen dapat menunggu dirumah saja selama proses pemesanan layanan. Sebelum melakukan pemesanan, tarif/harga dapat kita ketahui dan disertai dengan pembayaran menggunakan dompet virtual (*Go-pay*). Konsumen/pelanggan diberikan fasilitas pelayanan misalnya helm, masker, dan pelindung rambut. Selain itu Gojek memberikan keamanan kepada pengguna misalnya pengguna dapat mengetahui foto dan lokasi *driver* serta pengguna dapat memberikan nilai (*rating*) kepada *driver* pada saat selesai melakukan pemesanan layanan.

Gojek juga menawarkan layanan jasa dengan berbagai jenis layanan seperti : layanan antar-jemput (*Go-Ride*), layanan memesan makanan (*Go-Food*), layanan pengantaran barang (*Go-Send*), layanan belanja produk (*Go-Shop*), dan layanan berbelanja produk kebutuhan di supermarket (*Go-Mart*). Salah satu faktor yang menyebabkan turunnya penggunaan layanan adalah dikarenakan ketatnya

persaingan dimana perusahaan layanan aplikasi ojek online sejenis memberikan pelayanan terbaik maupun potongan tarif dan ongkir yang murah.

Pengguna jasa aplikasi ojek online pada PT. Go-jek Indonesia Tbk, cabang Pekanbaru pada tahun 2017 mengalami pencapaian pengguna sebesar 125,28%, pada tahun 2018 mengalami pencapaian pengguna sebesar 91,52%, pada tahun 2019 mengalami pencapaian pengguna sebesar 67,47%, pada tahun 2020 mengalami pencapaian pengguna sebesar 81,79%, dan pada tahun 2021 mengalami pencapaian pengguna sebesar 81,03%.

Tarif/harga Pada PT. Go-jek Indonesia Tbk, Cabang – Pekanbaru, pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan tarif/harga sebesar 50%, pada tahun 2019-2020 mengalami kenaikan tarif/harga sebesar 20%, dan pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan harga sebesar 20%. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan dan tarif/harga pemesanan layanan jasa ojek online pada PT. Go-jek Indonesia dapat memberikan *fluktuasi* atau naik turun kepada kepuasan konsumen/ pengguna tidak puas kepada layanan yang diberikan dan serta memberikan dampak kepada konsumen dalam menentukan pilihan menggunakan layanan jasa tersebut kembali. Pada perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa, kualitas dalam layanan dan harga tersebut menjadi hal yang menjadi peranan penting dalam menentukan kepuasan penggunaan jasa. Sedangkan faktor lain yang menjadi pendukung konsumen dalam keputusan penggunaan adalah citra pada merek yang telah dikenal masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan, bahwa kualitas dan tarif/harga pada layanan jasa ojek online Go-jek dapat membuat konsumen merasa puas atau tidak dan menentukan pilihan menggunakan layanan jasa kembali.

Dengan perbedaan dalam pemberian kualitas layanan yang beraneka ragam dan berbeda-beda untuk menciptakan kepuasan

dan loyalitas pada pelanggan. Serta mempengaruhi terhadap perilaku konsumen sehingga dapat menentukan keputusan penggunaan

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014;215) adalah sejauh apa perbedaan antara harapan dengan realita dari pelayanan yang konsumen terima. Nofrizal et al., (2022) Kualitas pada layanan itu sendiri dapat diukur dengan cara, melihat perbandingan kenyataan layanan pada pelanggan atas layanan yang diterima dengan layanan sesungguhnya yang konsumen harapkan.

Menurut Harfika dan Abdullah (2017;48), Adapun indikator dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Meliputi sarana atau fasilitas yang disediakan, kelengkapan sarana komunikasi, kebersihan dan kerapian karyawan , tempat makan, ruang tunggu konsumen, parkir, dan sebagainya .

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan dalam memberikan konsumen pelayanan secara akurat, cepat (tepat waktu) dan menjanjikan tanpa membuat sebuah kesalahan yang diterima oleh pelanggan.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan dalam memberikan konsumen pelayanan yang cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan dan kebutuhan konsumen.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah kemampuan dalam memberikan konsumen pelayanan secara terampil, memiliki pengetahuan terhadap produk dan memberikan pelayanan yang ramah serta kesopanan terhadap konsumen.

5. Perhatian (*Empathy*)

Perhatian adalah kemampuan dalam memberikan konsumen pelayanan dalam bentuk perhatian

secara individual, kemampuan memberikan kemudahan melalui layanan *costumer center*, dan kemampuan dalam berkomunikasi kepada konsumen terhadap keinginan serta keluhan pelanggan.

Harga

Harga merupakan elemen penting didalam pemasaran. Harga dinyatakan sebagai satu satunya faktor yang menghasilkan pendapatan. Harga berperan penting pada sektor perekonomian secara keseluruhan seperti :

- a. Bagi perekonomian, harga adalah sebuah elemen penting dalam ekonomi yang mempengaruhi tingkat penawaran dan permintaan suatu produk barang dan jasa.
- b. Bagi konsumen, harga berperan sebagai faktor pertimbangan dalam menentukan pembelian suatu produk. Bagi sebagian besar konsumen, harga menjadi cerminan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Semakin mahal suatu barang atau jasa, maka dalam pemikiran konsumen kualitas produk tersebut sangat bagus.
- c. Bagi perusahaan, harga berperan sebagai elemen yang mempengaruhi terhadap laba bersih dan pendapatan. Didalam persaingan usaha, harga menjadi ukuran dalam menentukan posisi pada persaingan.

Harga dinyatakan Tjiptono (2014;192) adalah satuan hitung yang dapat ditukar pada produk agar memperoleh hak dalam kepemilikan.

Terdapat beberapa indikator dalam pengukuran harga menurut Kotler dan Amstrong (2012;314), adalah sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan pada Harga yang telah ditentukan Perusahaan.
- 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
- 3) Harga mempunyai sifat yang bersaing terhadap harga produk lain yang sejenis

- 4) Kesesuaian antara Harga dengan Manfaat yang diberikan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen atau aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan bisnis untuk mencapai kepuasan pelanggan serta menciptakan loyalitas sehingga perusahaan nantinya akan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan artinya mengharapkan pelanggan/konsumen melakukan pembelian produk dan jasa.

Menurut Tjiptono (2015;146) Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan pemikiran antara harapan pelanggan dengan kinerja suatu produk barang dan jasa yang diterima.

Adapun yang menjadi indikator kepuasan pelanggan, yang dikemukakan oleh Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2014;101) adalah sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harapan
Artinya tingkatan yang menjadi perbandingan antara kinerja pada jasa yang diinginkan oleh konsumen dengan jasa yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Minat melakukan penggunaan ulang kembali
Artinya kemauan konsumen untuk tetap menggunakan atau melakukan penggunaan ulang pada jasa yang digunakan sebelumnya.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan
Artinya kemauan konsumen untuk menyarankan (rekomendasi) layanan jasa yang telah digunakan kepada teman dan kerabat.

METODE

Metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif yaitu pengumpulan data melalui angket, wawancara pada narasumber terkait dan kusioner.

Adapun yang menjadi populasi adalah pengguna jasa transportasi Go-Jek di

Pekanbaru yang sudah satu kali atau sudah beberapa kali menggunakan layanan jasa transportasi tersebut. Populasi yang ditetapkan dari pengguna Go-Jek yang aktif di tahun 2021 yaitu sebesar 170.332 pengguna.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana persyaratan pada sampel dalam penelitian didasarkan pada kriteria syarat yang telah ditetapkan atau ditentukan oleh peneliti, Adapun yang menjadi kriteria tersebut, yaitu :

- a) Responden pernah menggunakan layanan aplikasi Go-jek lebih dari 1x, karena responden yang memenuhi kriteria ini dianggap mengenal Go-jek online dan dapat menjawab pertanyaan seputar Go-jek,
- b) Responden memiliki umur minimal 17 Tahun, dan
- c) Tidak membedakan laki-laki atau perempuan.

Sampel sibulatkan menjadi 100 pada penelitian ini. Maka, responden yang dijadikan sebagai sampel sebanyak 100 responden.

HASIL

Merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban responden terdapat keserasian atau cocok digunakan dalam penelitian. Berikut hasil pengujian

Berdasarkan tabel diatas, dengan demikian bahwa seluruh item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X_1) dapat dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan variabel harga (X_2) dapat dinyatakan valid. Seluruh item pernyataan variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh manakah pengukuran terhadap jawaban responden dianggap dapat konsisten atau dapat diandalkan jika pengukuran tersebut diulang seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel .

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji persamaan regresi linier berganda didapat hasil sebagai berikut :

$$Y = - 5936 + 0.162X_1 + 0.269X_2$$

Tabel 1 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.936	1.213		-4.893	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.162	.027	.518	6.047	.000
	HARGA	.269	.056	.409	4.775	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Hasil persamaan regresi linier berganda dengan konstanta sebesar -5,936 diasumsikan bila variabel kualitas pelayanan dan harga sama dengan nol atau tidak memiliki nilai, maka nilai variabel kepuasan pelanggan adalah -5,936 satuan.

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai koefisien nilai sebesar 0,162. Jika nilai variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, diasumsikan sama dengan 0 maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.162 satuan. Hal ini dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan persamaan yang searah pada variabel kepuasan pelanggan.

Variabel Harga (X_2) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,269. Jika nilai variabel harga meningkat sebesar satu satuan, diasumsikan sama dengan 0 maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.269 satuan. Hal ini dikatakan bahwa variabel harga mempunyai hubungan persamaan yang searah terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian untuk menjawab dugaan (hipotesis) didalam penelitian ini diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis (H_1) dikatakan signifikan secara parsial apabila variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh dengan melihat perbandingan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai

$t_{hitung} = 6,047 > t_{tabel} = 1,983$ dengan nilai signifikansi = 0,000, maka dapat di buktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Pengujian Hipotesis (H_2) dikatakan signifikan secara parsial variabel Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh dengan melihat perbandingan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai $t_{hitung} = 4,775 > t_{tabel} = 1,983$ dengan nilai signifikansi = 0,000, maka dapat di buktikan bahwa variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Pengujian Hipotesis (H_3) dikatakan signifikan secara simultan atau bersama-sama variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh dengan membandingkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Nilai $F_{hitung} = 183,832 > F_{tabel} = 3,090$ dengan nilai signifikansi = 0,000, maka dapat di buktikan bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Hasil Pengujian Hipotesis dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,791 atau sebesar 79,10%, hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2) mempunyai pengaruh sebesar 79,10% dalam menjelaskan variabel

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian yang telah dilakukan ini mendapatkan hasil dan membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Go-Jek Indonesia, Tbk Cabang Pekanbaru, yang berarti semakin tinggi kualitas dalam layanan yang telah dilakukan (diberikan) oleh suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai dari kepuasan yang diberikan oleh konsumen (pelanggan) yang pada akhirnya akan menciptakan pembelian ulang atau pemakaian jasa kembali.

Sependapat dengan hal yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014;215), Kualitas Pelayanan sejauh apa perbedaan antara harapan dengan realita dari layanan yang konsumen terima.

Hasil ini sejalan pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Solikha, Imam Suprpta, (2020) dengan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian yang telah dilakukan ini mendapatkan hasil dan membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Go-Jek Indonesia, Tbk Cabang Pekanbaru, yang artinya harga mempunyai peran penting dalam menentukan keputusan dalam menggunakan layanan atau jasa yang ditawarkan, harga yang terjangkau dan mempunyai daya saing, akan menjadi pilihan bagi para konsumen-konsumen baru.

Sependapat dengan hal yang dinyatakan oleh Tjiptono (2014;192), harga adalah satuan hitung yang dapat ditukar pada produk agar memperoleh hak dalam kepemilikan.

Hasil ini juga sejalan pada penelitian yang dikemukakan oleh Utari, Amanda, (2021) dengan hasil penelitian bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan ini, mendapatkan hasil dan membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Go-Jek Indonesia, Tbk Cabang Pekanbaru, yang berarti jika pelanggan (konsumen) merasa puas, apabila faktor-faktor seperti : kualitas layanan yang baik, harga yang dapat dijangkau, dan faktor lainnya sudah memenuhi keinginan yang di harapkan oleh para pelanggan (konsumen).

Sejalan dengan hal yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015;146), Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan pemikiran antara harapan pelanggan dengan kinerja suatu produk barang dan jasa yang diterima.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Gloria, (2019) dengan hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Adapun dari kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian yang telah dilakukan, bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh (nilai koefisien determinasi) sebesar 79,10% terhadap variabel kepuasan pelanggan pada PT. Go-Jek Indonesia, Tbk Cabang Pekanbaru. Kualitas Pelayanan menjadi variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan jasa transportasi pada PT. Go-Jek Indonesia, Tbk Cabang Pekanbaru.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari, 2015, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Badrudin, 2013, *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung, Alfabeta.
- Daryanto, Setyobudi, Ismanto, 2014, *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang, Gava Media.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Hadiyati, 2017, *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru, Unilak Press.
- Halim, Fitria, Kurniullah, Ardhariska .Z, dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan, Yayasan Kita Menulis.
- Harfika Jarliyah, Nadiya Abdullah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh (Unmuha). Volume 14 No.1, Januari 2017. (45-46).
- Hasibuan, Malayu, 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- J.M Sianipar., Gloria, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi*

- Pada Pelanggan Grabbike Di Kota Medan*), JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB). Volume 19 Nomor 2, 2019, e-ISSN : 2685-7294.
- Karyoto, 2016, *Dasar-Dasar Manajemen* . Yogyakarta, ANDI.
- Kotler Philip, 2013, *Manajemen Pemasaran*, (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta, PT. Prehallindo.
- Kotler, P, 2012, *Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta, Prenhallindo.
- Kotler, P, Amstrong. G., 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta, Indeks.
- Kotler, P, Armstrong. G., 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta, Salemba Empat.
- Nofrizal, Lubis, N., Sucherly, Juju, U., & Listihana, W. D. (2022). The key to success increasing customer satisfaction of SMEs product souvenir food. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2084897.
- Solikha S., Imam S., *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Go-Jek)*, JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN, Volume 10 Nomor 1, 2020, p-ISSN (2088-219X) e-ISSN (2716-3830).
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sukirno, S., 2012, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Tjiptono, F., 2012, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, F., 2014, *Pemasaran Jasa*, Jakarta, ANDI.
- Utari, Dian , *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang*, JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi) Vol.6, No.2, Desember 2021. ISSN : 2528-5807.