

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *CAFE PADDA COFFE* BATU

Haryo Setyaki Widiputra¹
Tundung Subali Patma²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹haryosetyaki07@gmail.com

²tundung.subali@polinema.ac.id

Abstrak

Kualitas produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Cafe Padda Coffee Batu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner pada 100 responden yang telah diambil dengan teknik *purposive sampling*. Responden penelitian merupakan customer Padda Coffee Batu yang telah melakukan pembelian di kafe lebih dari 1 kali. Analisa data penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan variabel bebas terdiri dari kualitas produk dan harga sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian pada Cafe Padda Coffee Batu.

Hasil Uji *t* dan *f* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) variabel kualitas produk (*X1*) dan harga (*X2*) terhadap keputusan pembelian (*Y*) di Padda Coffee Batu. Mengingat kualitas produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, Padda Coffee Batu harus mempertahankan kualitas produknya sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Padda Coffee Batu.

Abstract

Product quality and price are factors that influence purchasing decisions. This study aims to determine the effect of product and price on purchasing decisions at Cafe Padda Coffee Batu. This research is a quantitative research using primary data by distributing questionnaires to 100 respondents who have been taken by purposive sampling technique. Research respondents are Padda Coffee Batu customers who have made purchases at the cafe more than once. Analysis of the research data using multiple regression analysis with independent variables consisting of product quality and price while the dependent variable is purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price simultaneously on purchasing decisions at Cafe Padda Coffee Batu.

*The results of the *t* and *f* tests show that there is a simultaneous (together) significant effect of product quality (*X1*) and price (*X2*) variables on purchasing decisions (*Y*) at Padda Coffee Batu. Considering that product quality and price are factors that influence purchasing decisions, Padda Coffee Batu must maintain the quality of its products so that it can influence consumers to buy.*

Keywords: Product Quality; Price; Buying decision; Padda Coffee Batu

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Café atau Kafe merupakan sebuah ide bisnis pada zaman modern ini sangat digemari pelaku bisnis beberapa tahun terakhir. Bervariasinya kebutuhan konsumen dan berkembangnya gaya hidup masyarakat serta diikuti kreatifitas dan kemauan pembuat kafe untuk memenuhi kebutuhan konsumen, hal ini memudahkan para konsumen untuk menemukan tempat berdiskusi atau bersantai dalam bentuk kafe. Kafe juga mulai marak di mana-mana karena kafe memiliki banyak peminat

terutama kalangan remaja. Secara global, setiap pelaku bisnis selalu menginginkan kualitas produknya menjadi yang paling unggul sehingga memunculkan ide-ide baru dari pelaku bisnis tersebut. Kualitas produk yang baik tentunya akan menarik para konsumen.

Objek penelitian ini adalah *Cafe Padda Coffee* Batu, Padda Coffee Batu adalah kafe yang berdiri dari tahun 2021. Pemilik Padda Coffee Batu mengatakan memiliki alasan mengapa mendirikan usaha tersebut, alasan yang pertama mendirikan kafe untuk dijadikan laporan dan syarat

kelulusan kuliah yang sedang diampu, sedangkan alasan yang kedua mendirikan cafe tersebut karena di Desa Junggo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu masih jarang usaha di bidang kafe. Usaha ini terus berkembang sampai sekarang.

Berkembangnya kafe di Kota Batu sudah dikatakan sudah cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beberapa tempat seperti Oemah Koempoel, Warunk WOW KWB, Amstirdam, Husgendam, D'Goendoe, Retrorika, Kopi Letek, Tembok Langit, Jago Ireng dan lain-lain, Dimana tempat – tempat tersebut memiliki ciri khas masing - masing.

Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan perusahaan, maka harga suatu produk juga merupakan faktor penentu keputusan pembelian. Harga merupakan satuan terpenting karena harga suatu nilai tukar dari sebuah produk yang dinyatakan satuan moneter, Harga adalah salah satu penentu keberhasilan perusahaan dalam menjalani suatu usaha.

Konsumen dapat melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk berdasarkan keputusan yang mereka miliki. Menurut Firmansyah (2018:27), “Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecah masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melauai tahapan proses pengambilan keputusan”.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Café Padda Coffee* Batu”.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif secara serempak terhadap keputusan Pembelian pada *Padda Coffee* Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

Menguji serta menjelaskan apakah variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara serempak terhadap variabel keputusan pembelian pada *Padda Coffee* Batu.

2. Kajian Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Ummu dan Sumiati (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga pada kosmetik Wardah di kota Bangkalan Madura berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel bebas.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:249), “Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat”. Sedangkan menurut Daga (2017:32), “Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan”.

2.2.2. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:290), “harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa”. Menurut Swastha dalam Zakaria dan Astuti (2013:3) “harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya”.

2.2.3. Keputusan Pembelian

Menurut Engel dalam Firmansyah (2018:48), “Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian”. Sedangkan menurut Peter dan Olson dalam Nasution (2018:84) “Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya”.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif, yang berarti penelitian ini mencoba untuk memetakan deskripsi atau gambaran tentang objek penelitian secara objektif dengan memperhatikan kalkulasi numerik (angka). Analisis kuantitatif deskriptif dilakukan dengan cara pengumpulan data, kalkulasi

(penghitungan) data berdasarkan instrumen penelitian yang digunakan, serta menampilkan data general hasil penelitian dengan analisa statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Padda *Coffee* Batu.

3.3. Sampel

Sampel yang juga menjadi responden dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang konsumen Padda *Coffee* Batu.

3.4. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling*, artinya penulis melakukan *sampling* secara spesifik kepada konsumen Padda *Coffee* Batu.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel pada penelitian ini mencakup tiga variabel. Variabel yang pertama yaitu kualitas produk menurut Kotler dalam Daga (2017:38) terdapat 2 indikator yaitu 1.) *performance quality* dengan item kenyamanan, ketahanan, model atau desain, dan kualitas bahan. 2.) *consistency* dengan item standar produk, bebas dari cacat, konsisten.

Variabel yang kedua yaitu harga menurut Kotler dalam Indrasari (2019:42) terdapat 3 indikator yaitu 1.) keterjangkauan dengan item harapan, jangkauan. 2.) kesesuaian harga dengan kualitas produk dengan item kualitas produk, harga yang ditawarkan. 3.) kesesuaian harga dengan manfaat dengan item puas, sesuai.

Variabel yang ketiga yaitu keputusan pembelian menurut Firmansyah (2018:37) terdapat 4 indikator yaitu 1.) keputusan dengan jenis produk dengan item kebutuhan, kriteria. 2.) keputusan tentang karakteristik produk dengan item bentuk, kesukaan. 3.) keputusan tentang jumlah produk dengan item jumlah produk, produk yang tersedia. 4.) keputusan tentang cara pembayaran dengan item pembelanjaan, pembayaran.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Kuesioner

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner tersebut di sebarakan kepada customer *Cafe* Padda *Coffee* Batu yang melakukan pembelian lebih dari 1 kali.

3.6.2. Observasi

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan melihat langsung pada saat pegawai Padda *Coffee* Batu melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian yang telah menggunakan produk tersebut.

3.7. Metode Analisis Data

Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.7.1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada *café* Padda *Coffee* Batu

3.7.2. Uji Validitas

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan instrumen yang *valid* dan *reliable* untuk membuktikan keabsahan data penelitian ini. Maka dari itu, sampel yang digunakan harus dipastikan mendekati jumlah populasi, pengumpulan data, serta analisis data yang digunakan secara relevan dan komprehensif.

3.7.3. Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tentang keabsahan dan representasi suatu kuesioner dalam penelitian.

3.7.4. Uji Asumsi Klasik

3.7.4.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Ardista dan Wulandari (2020:6) “Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji mengenai model regresi, variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal”. Dari pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa uji signifikan parsial dan uji signifikan simultan mengasumsikan bahwa nilai residual akan mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi yang dimaksud dilanggar atau tidak memenuhi kriteria variabel yang ada, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk menganalisis jumlah sampel yang terbatas.

3.7.4.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam Ardista dan Wulandari (2020:8) “Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji mengenai

regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*)”.

3.7.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Ardista dan Wulandari (2020:9) “Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan menguji model regresi yang terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode grafik regresi dengan melihat pola titik-titik pada perkumpulan titik dalam satu titik dan harus dipastikan tidak menyebar satu sama lain (*scatter plot regression*). Jika titik-titik menyebar dengan pola yang teracak dengan perolehan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah pada elemen heteroskedastisitas.

3.7.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Gujarati dalam Ghozali (2016:93) “Analisis regresi menganalisis tentang ketergantungan variabel dependent (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui”. Penggunaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh adanya suatu hubungan pada variabel dependen dengan variabel independen. Adapun model regresi linear berganda dapat dilakukan untuk mengestimasi jumlah kalkulasi dari variabel-variabel yang telah ditetapkan.

3.7.6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) “Analisis Regresi Berganda (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu”. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Perolehan nilai terkecil dalam suatu penghitungan variabel independen mengindikasikan mayoritas basis analisis untuk memprediksi perolehan nilai variabel dependen. Melihat penghitungan secara umum, terdapat nilai rendah dalam koefisien determinasi yang dipengaruhi nilai variasi (gap) yang besar dalam setiap observasi. Di sisi lain, nilai koefisien tinggi diperoleh dari

keberadaan data yang mencakup runtutan waktu (*time series*).

3.7.7. Uji Hipotesa

3.7.7.1. Uji Signifikan Parsial

Menurut Ardista dan Wulandari (2020:10) “Uji signifikan parsial digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas”. Signifikansi parsial dapat diperoleh dari pengukuran indeks kualitas produk dan harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Padda Coffee Batu. Signifikansi parsial dapat diperoleh dari adanya perbandingan penghitungan nilai dan tabel tingkat kepercayaan konsumen di lokasi penelitian tersebut dengan persentase 95% ($\alpha=0,05$).

3.7.7.2. Uji Signifikan Simultan

Menurut Ardista dan Wulandari (2020:11) “Uji signifikan simultan digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama”.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Variabel-variabel yang digunakan sebagai alat ukur yaitu variabel (X1) kualitas produk, (X2) harga, dan (Y) keputusan pembelian dinyatakan valid. Hal ini berdasarkan hasil tabel validitas bahwa nilai per-item memiliki nilai korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,165), berdasarkan hasil tersebut menyatakan bahwa item-item yang digunakan pada penelitian ini *valid*.

4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa item-item yang digunakan sebagai alat ukur variabel (X1) kualitas produk, (X2) harga, dan (Y) keputusan pembelian pada *cafe Padda Coffee Batu* menghasilkan nilai *Alpha Cronbach* > 0.60 , dianggap dapat dipercaya atau diandalkan sebagai alat ukur yang ada dalam penelitian.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Data regresi bahwa titik-titik data berada disekitar garis lurus diagonal atau searah dengan garis lurus diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa asumsi data tersebut terpenuhi dikarenakan data terdistribusi secara normal.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, variabel *independent* diantaranya kualitas produk dan harga menghasilkan nilai *Tolerance* $0,491 > 0,10$ dan menghasilkan nilai VIF $2,038 < 10$. Hal ini sesuai dengan syarat tidak terjadinya multikolinieritas, hal ini terjadi karena variabel-variabel penelitian ini tidak saling tergantung.

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas, karena titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y, maka dari itu dapat dikatakan bahwa model proporsi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang lebih berpengaruh adalah harga dengan koefisien $0,630$ dibandingkan kualitas produk dengan koefisien $0,527$

4.5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan data yang diperoleh saat penelitian, nilai R sebesar $0,864$ hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian yaitu 86% . Nilai angka R^2 atau determinasinya adalah $0,746$ artinya 74% sedangkan sisanya yaitu $0,26$ atau 26% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak mencakup ruang lingkup penelitian ini.

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1. Uji Signifikan Parsial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Pengaruh (X1) kualitas produk terhadap variabel (Y) keputusan pembelian pada penelitian ini bahwa pengujian secara parsial diperoleh $t_{hitung} 6,077 > t_{tabel} 1,660$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa (X1) kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu (Y) keputusan pembelian.

Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada penelitian ini bahwa pengujian secara parsial yang diperoleh $t_{hitung} 6,709 > t_{tabel} 1,660$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terkaitnya yaitu Keputusan Pembelian (Y).

4.6.2. Uji Signifikan Simultan

Hasil uji F dari tabel penelitian ini dijelaskan sebagai berikut, hasil F_{hitung} sebesar $142,783$ dengan tingkat signifikan $0,000$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} 142,783 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) variabel (X1) kualitas produk dan (X2) harga terhadap (Y) keputusan pembelian (Y) pada *cafe Padda Coffee* Batu.

4.7. Pembahasan

Berdasarkan hasil koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif secara serempak terhadap keputusan pembelian, berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) variabel (X1) kualitas produk dan (X2) harga terhadap (Y) keputusan pembelian pada *cafe Padda Coffee* Batu.

5. Simpulan

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada sejumlah konsumen *Padda Coffee* Batu yang telah diuraikan dalam pembahasan maka dapat disimpulkan variabel (X1) kualitas produk dan (X2) harga berpengaruh positif secara serempak terhadap keputusan Pembelian pada *Padda Coffee* Batu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian skripsi mengenai "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *Cafe Padda Coffee* Batu", Peneliti memberikan saran pada pihak-pihak yang terkait berdasarkan permasalahan yang terjadi, yang pertama guna menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen *Padda Coffee* Batu sebaiknya memberikan produk yang bisa bertahan lama dan memeriksa kembali produknya agar produk tersebut terbebas dari cacat.

Kedua yaitu *Padda Coffee* Batu harus memperhatikan menu yang tersedia, menu yang disajikan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan. Konsumen akan merasa puas.

Ketiga yaitu Padda *Coffee* Batu harus memperhatikan stok bahan yang tersedia, menu yang tersedia sesuai dengan preferensi produk yang dibutuhkan konsumen. Maka dari itu, konsumen akan puas ketika membeli produk *cafe* Padda *Coffee* Batu.

6. Daftar Rujukan

- Ardista , Wulandari . 2020 *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 15 Nomor 2*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana. Bekasi, Jawa Barat.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Firmansyah, Haryanto . 2019 *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. Pamekasan : Penerbit Duta Media
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018.
- Ghozali . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. *Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Indrasari . 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 2014: *Principle Of Marketing, 17th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Nasution , Lesmana . 2018 *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan)*. Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia. Volume 1
- Ummu dan Sumiati . 2016 *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura* Jurnal Ekonomi & Bisnis
- Zakaria dan Astuti . 2013 *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta)*. Diponegoro Journal Of Managemen, Vo. 2 Nomer 3 Tahun 2013.