

## Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kia Sonet Di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan

Rice Triliani Gulo<sup>1</sup>, Mery Lani Purba<sup>2\*</sup>, Elisabet Tambunan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

\* corresponding author

### Artikel Informasi

Received : 13 Oktober 2024  
Revised : 16 November 2024  
Available Online : 30 November 2024

### Keyword

*Innovation Product, Price, Purchasing Decicion*

### Korespondensi

Phone :  
Email : [melanielavina@gmail.com](mailto:melanielavina@gmail.com)

### Abstract

*The aim of this research is to determine the influence of product innovation and price on purchasing decisions for KIA Sonet cars at the Indomobil Gatot Subroto Medan Showroom. This type of research is causal associative research. The data collection technique in this research was carried out by distributing questionnaires to 81 respondents at that showroom using a non-probability sampling method with accidental sampling type. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of hypothesis testing using the t test show that the two independent variables (product innovation; price) studied were proven to have a positive and significant effect on the dependent variable (purchasing decisions). Then, through the F test, it can be seen that the two independent variables (product innovation; price) studied have proven to have a positive and significant effect on the dependent variable (purchasing decisions). Together, product innovation and price have a significant influence on purchasing decisions. The R<sup>2</sup> coefficient of determination value of 0.571 means 57.1%, the purchasing decision variable can be explained by the two independent variables in the regression equation. Meanwhile, the remaining 43% is explained by other variables outside the two variables used in other research.*

## PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi di dunia otomotif sangat pesat khususnya di bidang mobil. Tujuan produksi mobil tidak lagi sekedar memenuhi kebutuhan mobilitas sentral masyarakat, namun juga berkembang menjadi gaya hidup. Hal ini menyebabkan persaingan semakin ketat dalam industri otomotif. (Hanifah & Hariyati, 2021)

Showroom Indomobil salah satu dealer yang menjual unit dari salah satu tipe mobil KIA Pada akhir tahun 2020 KIA meluncurkan SUV terbarunya yaitu KIA Sonet dengan berkapasitas 5 penumpang dan memiliki banyak fitur dan juga teknologi canggih, KIA Sonet bisa dibilang cukup lengkap dimulai dari enam buah airbags, electronic stability control, sistem pengereman Antilock Braking System, Hill Start Assistance Control, Vehicle Stability Management System,

Speed Alert System, Electronic Traction Control, Brake Assist, serta sabuk pengaman dengan pretensioners untuk kursi pengemudi dan Sensor Parkir pada bagian depan dan belakang. Dibeakali dengan mesin 1500 cc menggunakan teknologi terbaru dari KIA. Dengan banyak fitur dan teknologi yang di miliki KIA Sonet sangat mempengaruhi keputusan pembelian, dimana banyaknya persaingan di dunia industri otomotif. (Kumbaran, 2024)

Agustina & Hinggo (2023) mengatakan, keputusan pembelian adalah keputusan terakhir yang dibuat oleh seorang pembeli sebelum membeli barang atau jasa dengan mempertimbangkan sejumlah faktor. menurut Zubaidah & Latief (2022) adalah bagian dari proses pengambilan keputusan pembelian pelanggan. Pelayanan, kemudahan, promosi, lokasi, harga, dan kualitas adalah beberapa faktor

yang mempengaruhi produk. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus menciptakan inovasi pada produk, dimana inovasi produk adalah sebuah ide, gagasan serta memiliki kualitas fitur dan juga desain yang menciptakan produk baru yang bertujuan untuk meningkatkan berbagai pilihan, manfaat dan sebuah nilai untuk diterima oleh pembeli.

Inovasi produk baru diluncurkan oleh suatu perusahaan yang memperbaiki produk lebih dahulu untuk mengganti dan menghasilkan merek baru yang dikembangkan dengan penelitiannya sendiri, (Budi et al., 2019). Inovasi produk dapat menghasilkan ide, gagasan, dan pemikiran hasil dari penyesuaian zaman yang akan menghasilkan produk yang baru dan berbeda dari yang sebelumnya sehingga konsumen dapat memilih untuk membeli. Inovasi produk sangat berpengaruh positif pada keputusan pembelian konsumen di mana inovasi produk dan faktor harga juga dapat memengaruhi persaingan di dalam sebuah dunia industri otomotif, (Utama et al., 2019).

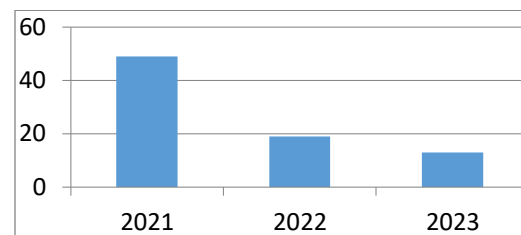
Selain inovasi produk, harga juga sangat berperan penting terhadap keputusan pembelian. Dimana suatu produk laku di pasar sangat disebabkan oleh strategi penentuan harga tinggi rendah. Mutu yang murah atau terjangkau sangat memajukan kinerja pemasaran yang lebih baik. Namun, harga juga dapat berfungsi sebagai indikator kualitas, Harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian di mana produk berkualitas tinggi akan berani membayar harga yang tinggi. Bagaimana pelanggan memilih untuk membeli barang tertentu juga dapat dipengaruhi oleh harga.

Menurut (Zulkarnaen, 2023), harga salah satu barang yang diberikan penjual kepada pembeli. Dengan kata lain, harga merupakan nilai barang yang ditetapkan oleh penjual. Artinya, harga merupakan nilai uang yang diberikan kepada pembeli untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang dibeli baik oleh penjual maupun produsen (Astuti, 2021).

Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana harga yang

terjangkau dan merek yang dikenali banyak orang dapat meningkatkan keputusan pembelian dalam membeli suatu produk, (Formaida Tambunan, dkk, 2023)

Di tengah persaingan modern, tipe mobil KIA Sonet semakin berkurang, ini terjadi karena merek mobil KIA Sonet masih belum banyak dikenal oleh masyarakat Kota Medan di mana hanya sebagian kecil mengetahui merek dan tipe mobil tersebut. Bisa dilihat pada grafik dan table di bawah menunjukan ketidak stabilan penjualan mobil KIA Sonet di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan.



Sumber: Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan, 2024

**Gambar 1. Grafik Penjualan Mobil KIA Sonet Di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan**

Pada gambar grafik diatas memperlihatkan penurunan penjualan mobil KIA Sonet di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan di tahun 2022 -2023.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk dan harga secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian mobil KIA Sonet di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan.

Berdasarkan uraian di atas penelitian tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil KIA Sonet di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan".

## TINJAUAN PUSTAKA

### Inovasi Produk

Menurut Maino dkk. (2022), inovasi produk didefinisikan sebagai hasil dari perubahan yang lebih besar terhadap suatu produk dalam suatu perusahaan, termasuk produk yang sudah

ada atau tidak ada lagi. Sementara itu, kreativitas didefinisikan sebagai ide yang baru dan bermakna (manihin, 2019). Bisnis dapat beradaptasi dengan perubahan yang sangat dinamis melalui inovasi produk (Sabaru, Wenas, & Mandagie 2022). Selain itu, seperti yang dinyatakan oleh Aryoni, Eildine, & Muniroh(2019), inovasi produk mencakup pengembangan produk baru untuk mengantisipasi rasa bosan konsumen terhadap produk yang lama (Wulandari, 2021). Selain itu, atribut dasar produk yang diperbarui dianggap sebagai inovasi produk, yang mampu mengambil daya beli konsumen (Sulistiyono, Rina, & Bajari 2021).

Produk Inovasi didefinisikan sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna oleh (Haloho et al., 2020). Produk inovasi tercipta dengan berbagai desain produk sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Indikator Inovasi Produk menurut (B. D. Prasetyo 2020) yaitu: (1) Fitur produk; (2) Desain produk; (3) Kualitas produk.

### Harga

Harga ialah sesuatu nilai uang yang menentukan pertukaran barang atau jasa yang di jual belikan oleh sebuah perusahaan, fungsinya untuk memuhi kebutuhan konsumen. Dan juga harga harus ditetapkan karena, menurut Fetrisen, Nazaruddin Aziz. (2019) harga merupakan faktor penting dalam menjual barang dan jasa. Harga yaitu (Philip Kotler, Gary Armstorg 2022) jumlah yang di tagih atas sebuah produk atau jasa atau jumlah sebuah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Indikator pembentuk harga, menurut Tonce dan Rangga (2022:20), adalah sebagai berikut: (1) Keterjangkauan harga; (2) Kesesuaian harga dengan mutu produk; (3) Daya saing harga; (4) Kesesuaian harga dengan manfaatnya

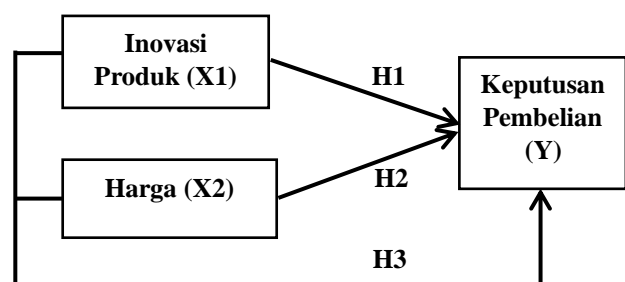
### Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2019), keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah di mana seseorang memilih alternatif perilaku terbaik dari dua atau lebih pilihan, dan dianggap sebagai pilihan terbaik untuk membeli sebelum melewati tahapan proses pengambil keputusan. Keputusan pembelian oleh (Philip Kotler, Gary Armstorg 2022) adalah konsumen yang membeli merek yang paling di sukai. Menurut Philip Kotler, Gary Armstorg (2022) ada lima tahap yang harus dilalui dalam proses pengambilan keputusan: (1) Pengenalan kebutuhan; (2) Pencarian informasi; (3) Evaluasi alternatif; (4) Keputusan pembelian; (5) Perilaku paska pembelian.

Menurut Kotler (2021) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut: (1) Kemantapan produk; (2) Terdapat kebiasaan membeli; (3) Rekomendasi dari orang lain; (4) Adanya pembelian ulang.

### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian menggunakan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Inovasi produk (X1), Harga (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y). Adapun kerangka konseptual yang digunakan adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. Kerangka Konseptual**

### Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil KIA Sonet di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan.

H2 : Harga berpengaruh terhadap positif dan signifikan keputusan pembelian mobil KIA Sonet di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan.

H3 : Inovasi produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil KIA Sonet di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini dilakukan di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung/ *walk in* di Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan sebanyak 450 orang. Adapun untuk menentukan jumlah sampel (n) yang digunakan adalah mengacu pada pendekatan rumus Slovin. Dari hasil perhitungan jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini berjumlah 81 responden. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Skala pengukuran data pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

- Uji Instrument terdiri dari (1) uji validitas dan (2) uji reliabilitas.
- Uji Asumsi Klasik terdiri dari (1) uji normalitas dan (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heterokedastisitas
- Analisis regresi linier berganda.
- Uji hipotesis terdiri dari uji parsial (Uji t) dan uji simultan (Uji F)
- Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

## HASIL DAN PEMBAHASAN

nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$  dan *Tolerance*  $> 0,10$ .

**Tabel 4 Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	13,325	2,060		6,468	,000		
1 INOVASI PRODUK	,252	,067	,312	3,759	,000	,796	1,257
HARGA	,423	,063	,561	6,756	,000	,796	1,257

Sumber: Hasil Diolah 2024. SPSS V20

Dari hasil pengolahan diperoleh bahwa nilai VIF  $1.257 \leq 10.00$ , maka tidak terjadi multikolinieritas dan nilai tolerance  $0,796 \geq 0,10$ , maka hubungan korelasi yang kuat antar variabel independen.

### 1. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Uji Heterokedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4,949	1,319		3,751	,000
1 INOVASI PRODUK	-,100	,043	-,279	-2,319	,023
HARGA	-,027	,040	-,080	-,662	,510

Sumber: Hasil Diolah 2024. SPSS

Dengan menggunakan uji heterokedastisitas uji Gletser menunjukkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas yang ditunjukkan oleh signifikansi (X1) inovasi produk:  $0.023 > 0,05$ , dan (X2) harga:  $0,510 > 0,05$  maka tidak terjadi kesamaan dari satu pengamatan dan pengamatan lainnya.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

**Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	13,325	2,060		6,468	,000

INOVASI PRODUK	,252	,067	,312	3,759	,000
HARGA	,423	,063	,561	6,756	,000

Sumber: Hasil Diolah 2024. SPSS

## Uji Hipotesis

Pengujian hipotetis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dari hitungan SPSS 20.

### 1. Uji Parsial (t)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen, hasil uji-t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7 Uji Parsial (t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,325	2,060		6,468	,000
1 INOVASI PRODUK	,252	,067	,312	3,759	,000
HARGA	,423	,063	,561	6,756	,000

Sumber: Hasil Diolah 2024. SPSS

Dari hasil pengolahan data dengan SPSS pada variabel inovasi produk diperoleh t hitung 3,759 lebih besar nilai t tabel sebesar 1,66462 berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Variabel harga hasil diperoleh nilai t hitung 6,756 lebih besar nilai t tabel sebesar 1,66462 berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

### 2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Kriteria pengujian yaitu:  $H_a : F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  berarti ada pengaruh. Hasil pengujian pada tabel berikut ini:

**Tabel 8 Uji Simultan (F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	454,184	2	227,092	51,997	,000 <sup>b</sup>
Residual	340,655	78	4,367		
Total	794,840	80			

Sumber : Hasil Diolah 2024. SPSS

Hasil pengujian menunjukkan nilai F Hitung 51,997 lebih besar nilai F tabel = 3.11 pada signifikansi 0.000 maka keputusan adalah  $H_a$  diterima berarti secara bersama-sama inovasi produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai R<sup>2</sup> (r-square) adalah diantara nol dan satu artinya nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS V20, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 <sup>a</sup>	,571	,560	2,090

Sumber: Hasil Diolah 2024. SPSS

Hasil SPSS diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,571 atau 57,1%, keputusan pembelian ditentukan oleh inovasi produk dan harga sedangkan sisanya sebesar 43% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian terhadap 81 responden di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Dari hasil penelitian terhadap 81 responden di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Dari hasil penelitian terhadap 81 responden di Showroom Indomobil Gatot Subroto Medan maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa Keputusan pembelian dipengaruhi oleh inovasi produk dan harga sebesar 57,1%. Sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka diharapkan pihak Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan dapat terus berinovasi baik dari fitur produk, desain maupun kualitas produk.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka diharapkan agar Showroom KIA Indomobil Gatot Subroto Medan dapat menjaga kestabilan harga sesuai dengan kemampuan calon konsumen, mutu dan manfaat produk serta mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan perbandingan referensi peneliti dimasa yang akan datang dengan variabel yang sama dan disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain inovasi produk dan harga yang tentu dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian serta menambahkan jumlah sampel dan kriteria sampel sehingga target penelitian tercapai dengan baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1-10.D, Prasetyo, and Bambang dkk. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: Penerbit UB Press9(2).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: dasar dan konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Haloho, E., Purba, M. L., & Idahwati, I. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lim's Cafe Kisaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1), 1-14.
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 19-31.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Erlangga, Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. INDEKS kelompok gramedia.
- Purba, M. L., & Tambunan, E. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Wash Merek Dettol Pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hilir Lingkungan Viii. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1), 235-242.
- Sabaru, W. C., Wenas, R. S., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Vivo (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 340-352.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, I. W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mobil all new Rio KIA Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 92-102.
- Simanihuruk, P., Prahendratno, A., Tamba, D., Sagala, R., Ahada, R., Purba, M. L. B., ... & Rachman, S. H. (2023). *MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN: Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tambunan, F., Purba, M. L. B., & Tambunan, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. Makmur. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2), 870-876.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Yusuf, A. (2021). The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472-481.