

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi di Gresik

Ikhwan Kusdianto¹, Tri Aripriabowo²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : ikhwan.ksdnto@gmail.com¹
Koresponden : tri.aripriabowo@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan dari dilakukannya penelitian ialah melihat pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap sebuah loyalitas pelanggan secara simultan di UD. Rajawali Transportasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. Penelitian ini menggunakan sampel 40 responden pada PT. UNIMOS Gresik. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standard layanan dan kepercayaan yang sama, sehingga semua pelanggan mendapatkan pelayanan dan kepercayaan yang sama. Peneliti menganalisis data uji-t memperoleh nilai signifikansi kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berada dibawah 0,05. Kemudian t-hitung berada diatas t-table 2,021. Artinya secara parsial variabel kualitas layanan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis uji-F memperoleh nilai signifikansi pengaruh variable kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berada dibawah 0,05 dan F-hitung 16,748 > nilai F table 3,23. Menunjukkan terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di UD. Rajawali Transportasi.

Kata kunci: kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of conducting this research is to see the effect of service quality and trust on a customer loyalty simultaneously at UD. Rajawali Transportation. This study aims to determine service quality and trust have a simultaneous effect on customer loyalty at UD. Rajawali Transportation. This study used a sample of 40 respondents at PT. UNIMOS Gresik. This is with the consideration that UD. Rajawali Transportation has the same service and trust standards, so that all customers get the same service and trust. Researchers analyzed the t-test data to obtain the significance value of service quality (X_1) and trust (X_2) on customer loyalty (Y) below 0.05. Then the t-count is above the 2.021 t-table. This means that partially the variable service quality, trust has a positive effect on customer loyalty. The results of the F-test analysis obtained a significance value of the effect of the variable service quality (X_1) And trust (X_2) On customer loyalty (Y) below 0.05 and F-count 16.748 > F table value of 3.23. Shows that there is an effect on the quality of service and trust in customer loyalty simultaneously at UD. Rajawali Transportation.

Keywords: service quality, trust, and customer loyalty.

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan jasa transportasi Jawa Timur ialah UD. Rajawali Transportasi yang bergerak dalam kegiatan pelayanan transportasi pengiriman barang dalam jumlah besar, sehingga menggunakan kendaraan yang besar pula yaitu Truk, Colt Diesel, Mobil Box, dan kendaraan lain. Diferensiasi produk yang ditawarkan UD. Rajawali Transportasi merupakan jasa layanan pengiriman barang dalam jumlah besar mulai dari minyak, roti, dan sebagainya. Jasa pengiriman barang mempunyai prospek bisnis yang sangat baik, karena sampai saat ini jasa pengiriman barang belum tergantikan dengan piranti apapun dan teknologi manapun. Namun kenyataannya banyak perusahaan yang berjalan searah dan seirama UD. Rajawali Transportasi, sehingga memberi pengaruh besar terhadap kemajuan UD. Rajawali Transportasi. Hal tersebut mendorong persepsi, motivasi, sikap customer agar menghasikan jasa yang mempunyai daya saing.

UD. Rajawali Transportasi dituntut untuk melakukan peningkatan kualitas layanan untuk merespon persaingan pasar yang kompetitif. Peningkatan kualitas layanan dilakukan untuk mencapai sebuah kepercayaan dan loyalitas konsumen. Beberapa upaya yang dapat dilakukan UD. Rajawali Transportasi untuk meningkatkan kualitas layanan adalah dengan perluasan jangkauan pengiriman, peningkatan kecepatan waktu pengiriman, dan layanan yang tanggap. Pelayanan yang berkualitas menjadi sebuah syarat wajib untuk kesuksesan sebuah perusahaan. Kualitas layanan umumnya dimaknai sebagai perbandingan antara sesuatu yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima (Kotler dan Armstrong, 2012).

Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, UD. Rajawali Transportasi melebarkan sayapnya dengan memperbanyak titik layanan. Namun, ada customer yang mengeluh perihal kurang cekatannya kinerja dan sistem UD. Rajawali Transportasi. Konsumen lainnya mengeluhkan kurang responsifnya pengaduan online melalui Whatsapp perusahaan, tidak mempunyai akun web, serta pengiriman yang memakan waktu yang cukup lama.

Pada dasarnya setiap perusahaan jasa pengiriman barang khususnya dalam jumlah besar, mempunyai peluang yang sama untuk dipilih jasanya oleh konsumen. Tetapi dengan pertimbangan kualitas layanan yang minim, dapat merubah kepercayaan konsumen terhadap UD. Rajawali Transportasi. Hal utama yang harus diantisipasi seorang saat melakukan bisnis adalah bagaimana perusahaan dapat dipercaya oleh konsumen. Banyak perusahaan yang kecewa karena mengandalkan kepuasan konsumen untuk jaminan kesuksesan perusahaan, tetapi kecewa melihat konsumennya juga merasa puas menggunakan jasa pesaingnya (Griffin, 2015). Total *market share* menunjukkan bahwa konsumen UD. Rajawali Transportasi mulai berpindah memakai jasa pengiriman lain yang dianggap bisa memenuhi keinginan customer.

Kualitas layanan dan kepercayaan dapat mendorong pelanggan agar menjalin hubungan solid dengan sebuah perusahaan. Keuntungan dari adanya hubungan yang kuat adalah perusahaan dapat memahami impian dan kebutuhan pelanggan (Kotler, 2013). Sehingga sebuah loyalitas bisa terbentuk disaat impian customer perihal kualitas layanan terealisasi.

Peneliti akan sajikan berbagai penelitian terdahulu yang telah dikaji sebelumnya, sehingga dapat membuktikan keaslian masalah, kebaruan dan urgensi kajian yang akan dilakukan. Penelitian karya Paliati yang berjudul pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, terhadap

loyalitas nasabah tabungan perbankan di Sulawesi Selatan (Paliati, 2017). Kemudian penelitian karya Saputro yang melakukan analisis pengaruh kualitas produk dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada PT. Nusantara Sakti Demak) (Saputro, 2015). Penelitian karya Bramayudha tentang pengaruh kepuasan, kepercayaan dan biaya peralihan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom Flexi di Surabaya (Bramayudha, 2019).

Dari beberapa penelitian yang penulis cantumkan di atas, belum ada yang melakukan kajian spesifik tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi di Gresik".

Dari berbagai permasalahan yang penulis uraikan pada penelitian ini, maka penulis dapat simpulkan bahwa permasalahannya

apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, dan apakah kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. Tujuan penelitian ini dibuat adalah sebagai gambaran yang akan dicapai ketika penelitian ini selesai dikerjakan, sehingga dapat diketahui secara rinci terkait penelitian yang dilakukan. Adapun tujuan artikel ilmiah ini untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, dan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi.

METODE

Kuantitatif ialah metode yang dipergunakan dengan lokasi penelitian di Dusun Tanggungan, Desa Wringinanom, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik. Populasinya ialah semua pelanggan UD. Rajawali Transportasi berjumlah 7 pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah sebuah perusahaan, karena UD. Rajawali Transportasi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi Truk, Colt Diesel, Mobil Box, dll sehingga semua konsumen adalah sebuah perusahaan yang menggunakan jasa pengiriman UD. Rajawali Transportasi. Sementara pelanggan yang menjadi sampel adalah PT. UNIMOS Gresik yang merupakan salah satu pelanggan UD. Rajawali Transportasi. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standar layanan dan kepercayaan yang sama sehingga PT. UNIMOS Gresik dianggap sudah cukup mewakili populasi yang diteliti. *Cluster sampling* ialah teknik yang dipakai menentukan sampel yaitu berdasarkan kluster (kelompok), bukan pada personalnya (Sukardi, 2013). Dengan demikian Sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden pada PT. UNIMOS Gresik dianggap cukup mewakili populasi. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standar layanan dan kepercayaan yang sama, sehingga otomatis semua pelanggan mendapatkan pelayanan dan kepercayaan yang sama pula.

Teknik pengumpulan datanya ialah survey menggunakan kuesioner atau angket. Selanjutnya, hasil olah data survey melalui kuesioner atau angket diperlukan analisis data sehingga memperoleh suatu hasil uji (Azwar, 2017). Teknik analisis data yang dilakukan ialah Uji Kualitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis.

HASIL

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan mengukur kevalidan sebuah kuisioner. Sebuah kuisioner dianggap valid ketika pertanyaan yang ada pada kuisioner dapat mencapai tujuan pengukurannya. Hasil uji validitas menunjukkan nilai r -hitung di atas r -table yaitu 0,304 (sampel 40 responden) atau nilai signifikansi Kurang dari $\alpha = 0,05$. Artinya, kuisioner yang diajukan dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Uji Reliabilitas

Sebuah kuisioner, *reliable* ketika jawaban termuat dalam kuisioner konsisten. Sebuah kuisioner dinyatakan handal atau *reliable* ketika mempunyai *cronbachs alpha* lebih dari 0,6 (Ghozai, 2016). Berikut hasil uji penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Model	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,789	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X ₂)	0,896	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,808	0,6	Reliabel

Sumber: Data Kuisioner Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

Uji reliabilitas pada table 1 membuktikan bahwa alat instrument pada penelitian ini telah *reliable* atau dapat diterima. Hal tersebut terlihat dari nilai Cronbachs Alpha seluruh variable di atas 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas			
Kualitas Layanan (X ₁)	0,20	> 0,05	Normal
Kepercayaan (X ₂)	0,20		

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Table tersebut membuktikan masing-masing variable mempunyai nilai di atas 0,05. Artinya seluruh data dapat dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk membuktikan model regresi dalam penelitian ini terdapat hubungan linear antar variabel. Berikut hasil uji penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

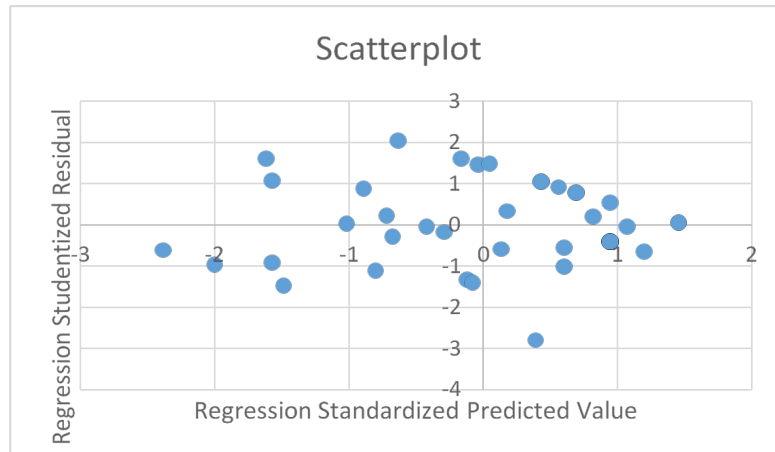
Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Multikolinearitas			Bebas
Kualitas Layanan (X1)	1,601	VIF < 10	Multikolinearitas
Kepercayaan (X2)	1,601		

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Table tersebut menunjukkan ternyata variabel independen artikel yang dikaji terbebas multikolinearitas. Hal tersebut terbukti dari nilai VIF kurang dari 10, artinya bebas dari hubungan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Di bawah ini adalah uji:



Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar tersebut memperlihatkan titik-titik yang tidak teratur sehingga tidak terbentuk sebuah pola. Artinya kajian artikel ini tidak mempunyai gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan menunjukkan nilai keterpengaruhan antara Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan. Berikut hasil uji:

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Garis Regresi	Koefisien Regresi
Konstanta	2,271
Kualitas Layanan	0,256
Kepercayaan	0,342
Koefisien Determinasi	Koefisien Regresi
R	0,689
R Square	0,475

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

A. Persamaan Garis Regresi

Dipergunakan menunjukkan nilai keterpengaruhan antara Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan. Berikut hasil uji:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

$$Y = 2,271 + 0,256 + 0,342$$

- 1 Konstanta (a) = 2,271, maksudnya ketika nilai variable Kualitas Layanan dan Kepercayaan berada pada angka nol, Loyalitas Pelanggan terletak pada angka 2,271.
- 2 b1 berada pada 0,256 membuktikan variable Kualitas Layanan (X_1) mempunyai pengaruh positif pada Loyalitas Pelanggan (Y), berarti setiap kenaikan 1 point variable Kualitas Layanan, berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan dengan angka 0,256 jika variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- 3 b2 berada pada 0,342 membuktikan variable kepercayaan (X_2) mempunyai pengaruh positif pada Loyalitas Pelanggan (Y), berarti setiap kenaikan 1 point variable kepercayaan, berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan dengan angka 0,342 jika variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Seluruh variable mempunyai nilai koefisien yang positif, maksudnya jika variable Kualitas Layanan, Kepercayaan mengalami peningkatan maka variable Loyalitas Pelanggan juga mengalami peningkatan.

B. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi R mencapai angka 0,689, sehingga membuktikan hubungan variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan adalah kuat. Nilai R^2 juga mencapai angka 0,475, membuktikan pengaruh variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan secara simultan sebesar 45,1%.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dikerjakan agar bisa melihat nilai keterpengaruhan antara variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis memperoleh hasil sebagai berikut:

A. Hipotesis Parsial (Uji-t)

Hasil uji parsial:

Tabel 5. Hasil Uji-t (Hipotesis Parsial)

Variabel	t hitung	Sign.	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	4,888	0	Signifikan
Kepercayaan (X_2)	4,828	0	Signifikan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

1 Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji parsial membuktikan nilai signifikansi X_1 berada di bawah 0,05 dan t-hitung 4,888, lebih besar dari t-table 2,021. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh. Dengan demikian hipotesis pertama terbukti kebenarannya.

Artinya apabila kualitas layanan UD. Rajawali Transportasi semakin baik, maka akan semakin mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya. Hasil kajian sejalan dengan karya Ernani mengungkapkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggannya (Ernani, 2018). Rusandi mengungkapkan dalam penelitiannya dengan kualitas layanan, perusahaan dapat

memahami impian dan kebutuhan pelanggan, Sehingga sebuah loyallitas bisa terbentuk disaat impian pelanggan perihal kualitas layanan terealisasikan (Rusandi, 2014).

2 Kepercayaan terhaclap Loyalitas Pelanggan

Uji parsial membuktikan nitai signifikansi X_1 beraada di bawah 0,05 dan t--hitung 4,828, lebih besae dari t--table 2,021. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh. Deinging demikiian hipotesis kedua terbukti kebenarannya.

Artinya apabila kepercayaan pada pelanggan UD. Rajawali Transportasi semakin baik, maka akan semakin mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya. Hasil kajian sejalan dengan karya Aydin mengungkapkan salah satu faktpr utama membangun loyalitas pelanggan ialah kepercayaan pelanggan (Ayclin, 2015).

A. Hipotesis Simultan (Uji F)

Berikut merupakan hasilnya:

Tabel 6. Hasil Uji F (Hipotesis Simultan)

F hitung	Sign.	Kriteria	Keterangan
16,748	0	< 0,05	Signifikan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

Uji simultan membuktikan nitai signifikansi kualitas layanan, kepercayaan beraada di bawah 0,05 serta F--hitung 18,081, lebih besar dari F--table 3,13. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) diterima atau terbukti kebenarannya.

Uji simultan membuktikan kualitas layanan, kepercayaan secara bebarengan (simultan) berpengaruh baik tehadap loyalitas pelanggan pada UD.Rajawali Transportasi. Hasil kajian sejalan dengan karya Siswoyo mengungkapkan kualitas layanan serta kepercayaan berpnengaruh sinifikan tehadap loyalitas nasabah (Siswoyo, 2019).

SIMPULAN

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. kualitas layanan berbanding lurus terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai kualitas layanan pada UD. Rajawali Transportasi akan disertai peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.
2. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif teradap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi. Kepercayaan berbanding lurus terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai

kepercayaan pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi akan disertai peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.

3. Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi.

IMPLIKASI

Sesuai kajian yang peneliti laksanakan, terbukti bahwa secara sendiri dan kualitas layanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi. Oleh karena itu, dapat digunakan pertimbangan perusahaan UD. Rajawali Transportasi untuk peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan serta memberi masukan pada aktivitas perencanaan perusahaan. Diharapkan menjadi acuan penentuan kualitas layanan dan kepercayaan kepada konsumen dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Kajian dalam penelitian sudah dilaksanakan dengan usaha maksimal sejalan prosedur penulisan ilmiah. Penulis menyadari terdapat keterbatasan dalam kajian ini, yaitu beberapa faktor mengenai loyalitas pelanggan diantaranya harga, inovasi, trend, dan sebagainya yang juga dapat mengukur loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Saputro. (2015). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi PT. Nusantara Sakti Demak)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Andreassen, Wallin, & Lindestad. (2018). The Effect Of Corporate Image In The Formation Of Customer Loyalty. *Journal Of Service Service Research*.
- Aydin, S., & Ozer, G. (2015). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market. *European Journal of Marketing Vol 39*.
- Azwar. (2017). *Metode Penelitian Jilid I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2015). *Customer Loyalty*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadiyati, Ernani. (2008). Analisis Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Jambi. ISSN: 2085-0972.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.

- Lau, G. dan Lee, S. (2014). Consumer's trust in a brand and lin to brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Palilati, Alida. (2017). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo Kendari, Sulawesi Selatan
- Rusandi, Edi. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K2O) Di PT. Omedata Electronic Bandung. *Tesis*. Magister Manajemen, Universitas Widyatama Bandung.
- Siswoyo, Erik. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelanggan, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Jateng Pemuda Semarang*.
- Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.