

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini terus mengalami perubahan dan sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia baik itu dalam membantu meringankan pekerjaan, berinteraksi satu sama lain, atau sebagai media hiburan. Interaksi komunikasi adalah hal yang umum terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan telah menjadi elemen penting dalam hubungan sosial masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa ini merupakan kenyataan karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan interaksi dengan sesamanya dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan untuk berkomunikasi satu sama lain dan mendapatkan informasi dengan cepat sangatlah tinggi. Namun, saat ini hal tersebut bukan lagi menjadi masalah karena dengan adanya internet, pengguna dapat berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan cepat, mudah, dan ekonomis. Internet memungkinkan manusia terhubung dengan berbagai hal di seluruh dunia. Salah satu perangkat yang memungkinkan komunikasi dan akses internet adalah *Smartphone*, berbeda dengan telepon genggam atau ponsel konvensional yang hanya digunakan untuk panggilan dan pesan singkat, karena *Smartphone* adalah perangkat telepon pintar yang memiliki fitur standar ponsel serta dilengkapi dengan berbagai fitur canggih seperti *web browser*, *email*, aplikasi seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Line*, *Tiktok* kamera, perekam video, pemutar audio dan video, penyimpanan data, bermain *game*, dan banyak lagi fitur lainnya. Pada umumnya orang-orang membeli

Smartphone dengan tujuan untuk membantu dan mempermudah aktivitas sehari-hari, serta untuk mendapatkan sebuah kedudukan atau pengakuan dari orang lain yang bisa memberikan kepuasan pribadi kepada pemiliknya. Tingginya permintaan konsumen terhadap produk *Smartphone* mendorong perusahaan-perusahaan produsen atau vendor *Smartphone* untuk bersaing menciptakan berbagai produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menarik minat mereka untuk membeli produk tersebut. Keunggulan kompetitif sebuah perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, Setiap produsen *Smartphone* akan terus berusaha meningkatkan kemampuannya tanpa henti, karena jika berhenti berinovasi berarti kehilangan relevansi dan pasar akan diambil alih oleh produsen merek lain.

iPhone merupakan salah satu *Smartphone* yang diciptakan oleh perusahaan *Apple* pada tahun 2007 yang menggemparkan dunia dikarenakan Steve Job merupakan *CEO* dari *Apple* memerintahkan ilmuwan untuk mempelajari lebih dalam terkait teknologi layar sentuh. *Apple* terus melakukan perbaikan dan pengembangan untuk menciptakan *Smartphone* terbaik dengan fitur terlengkap. Pada tahun 2012, mereka meluncurkan *iPhone 5* dengan sistem operasi iOS 6, yang kemudian mendapatkan popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat global.

Gambar 1.1
Merk Ponsel Populer 2023

Global smartphone shipments and annual growth
Canalys Smartphone Market Pulse: Q1 2023

Vendor	Q1 2023 shipments (million)	Q1 2023 market share	Q1 2022 shipments (million)	Q1 2022 market share	Annual growth
Samsung	60.3	22%	73.7	24%	-18%
Apple	58.0	21%	56.5	18%	3%
Xiaomi	30.5	11%	39.2	13%	-22%
OPPO	26.6	10%	29.0	9%	-8%
vivo	20.9	8%	25.1	8%	-17%
Others	73.4	27%	87.6	28%	-16%
Total	269.8	100%	311.2	100%	-13%

Note: Xiaomi estimates include sub-brand POCO, and OPPO includes OnePlus. Percentages may not add up to 100% due to rounding.
Source: Canalys Smartphone Analysis (sell-in shipments), April 2023

canalys

Sumber data : Canalys

Menurut data dari Canalys yang merupakan perusahaan riset pasar, menunjukkan merek ponsel yang paling populer pada kuartal pertama tahun 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa *Apple* berada di posisi kedua dengan total pengiriman sebesar 58 juta unit. Canalys menyatakan bahwa *Apple* merupakan satu-satunya vendor yang mengalami pertumbuhan positif pada kuartal pertama tahun 2023. Pangsa pasar *Apple* mencapai 21%, yang lebih tinggi dibandingkan dengan pangsa pasar *Apple* pada kuartal pertama 2022 yang sebesar 18%.

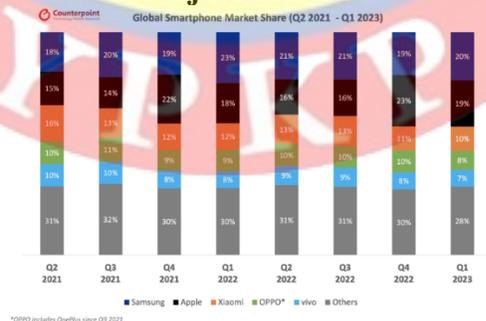
Gambar 1.2
Pengguna Smartphone di Indonesia



Sumber Data : Databoks

Menurut data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengguna *Smartphone* di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Saat ini pasar pengguna *Smartphone* di Indonesia dikuasai oleh banyak merek, termasuk Samsung, Xiaomi, *Apple*, Oppo, Realme, Asus, Vivo, serta banyak produk dalam negeri lainnya yang juga populer. Setiap merek ponsel pintar yang ada saat ini bersaing untuk menciptakan keunggulan yang menarik bagi pengguna *Smartphone*, sehingga mereka menjadi merek yang sangat diminati dan dipilih oleh konsumen untuk dibeli kembali.

Gambar 1.3
Penjualan *iPhone*

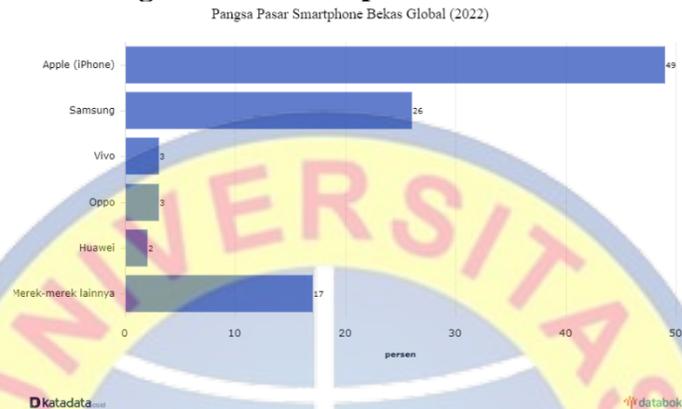


Gambar berupa data diatas yang diambil dari counterpoint menunjukkan bahwa *iPhone* telah mengalami penurunan dalam penjualan sebesar 19% dari yang semula

menunjukkan angka tertinggi sebesar 23%, yang berarti menunjukkan konsumen mulai memilih produk kompetitor *iPhone*. Penurunan penjualan *iPhone* tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu alasan adalah harga *iPhone* yang tinggi. Selain itu, tanggal rilis *iPhone* yang lebih cepat menyebabkan peningkatan penjualan *iPhone* terjadi lebih awal, dan penurunan penjualan juga terjadi lebih cepat dengan munculnya pesaing dengan kualitas yang lebih baik. Terdapat kejenuhan terhadap ciri khas merek *iPhone*, yang menyebabkan banyak konsumen beralih ke produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, publisitas yang telah berkurang karena *iPhone* tidak lagi menjadi produk yang eksklusif akibat banyaknya konsumen yang sudah memiliki ponsel tersebut.

Selain alasan yang telah disebutkan sebelumnya, saat ini terdapat banyak *iPhone refurbished* yang tersedia di pasaran karena banyaknya produk yang dikembalikan kepada *Apple* melalui klaim garansi. *iPhone refurbished* adalah ponsel bekas yang mengalami kerusakan *software* atau *hardware* yang kemudian diperbaiki, diuji kembali secara menyeluruh, dan dijual kembali oleh *Apple* dengan harga yang lebih terjangkau. Perusahaan yang pintar akan berusaha sepenuhnya memahami proses pengambilan keputusan pelanggan, termasuk semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, dan bahkan membuang produk. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen secara efektif melakukan pembelian.

Gambar 1.4
Pangsa Pasar Smartphone Bekas Global



Sumber Data : Databoks

Menurut data yang diperoleh menunjukkan bahwa produk handphone *iPhone* yang telah direstorasi dan diperbaiki oleh pabrik asalnya, yang dikenal sebagai *refurbished*, sangat diminati oleh konsumen *Smartphone* di berbagai negara. Menurut penelitian Counterpoint Research, pada tahun 2022, *iPhone refurbished* mendominasi 49% pangsa pasar global ponsel bekas, mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021 yang sebesar 44%. *iPhone refurbished* melalui proses restorasi dan inspeksi langsung oleh *Apple*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa ponsel bekas tersebut memiliki kinerja optimal seperti ponsel baru. Proses restorasi meliputi pengujian kembali semua fungsi ponsel untuk memenuhi standar pabrikan *iPhone*, penggantian suku cadang asli jika diperlukan, serta pengepakan ulang perangkat dalam kotak baru, lengkap dengan berbagai aksesoris.

Pstore Ujungberung merupakan salah satu cabang Pstore yang sudah tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pstore Ujungberung berlokasi di Jalan A.H.Nasution No.73, Kec. Ujung Berung, Kota Bandung, merupakan distributor penjualan *handphone* di Bandung yang menjual berbagai macam merk *smartphone*. Dalam hal ini Pstore menawarkan produk *smartphone* dimulai produk yang baru maupun produk yang bekas

Didalam isi penelitian ini, peneliti akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, termasuk kualitas produk, dan harga. Penelitian ini dengan sengaja mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone iPhone* pada toko Pstore Ujungberung, dengan tujuan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi penjual dan pemasar dalam memasarkan *smartphone iPhone*.

Kualitas produk merupakan evaluasi terhadap kesesuaian produk dengan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas yang baik dan differensiasi yang kuat memiliki kemungkinan besar untuk memiliki konsumen yang setia. *iPhone* yang original terkenal karena kualitas yang baik. Banyak pengguna dari berbagai latar belakang menggunakan *iPhone* untuk mendukung aktivitas mereka. Banyak pengguna yang merasa sangat puas dengan kualitas produk *iPhone*, termasuk daya tahan baterai dan bahan-bahan berkualitas tinggi yang digunakan dalam desain *smartphone iPhone*. Namun ada beberapa pengguna *iPhone* yang mengeluhkan beberapa fasilitas yang tersedia, seperti keterbatasan transfer data melalui *Bluetooth* dengan perangkat lain, konten yang berbayar untuk diunduh, dan tidak adanya slot memori eksternal. Adanya

produk *refurbished iPhone* membuat beberapa konsumen ragu untuk membeli *iPhone*, karena produk *refurbished* merupakan produk yang sebelumnya mengalami kerusakan, sehingga kualitas dari produk *iPhone refurbished* tersebut dipertanyakan oleh beberapa konsumen.

Dalam pandangan konsumen, harga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan saat membeli suatu produk karena harga memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Memang, jika harga produk *iPhone* cenderung lebih tinggi dibandingkan pesaingnya, namun *iPhone* beroperasi dengan sistem operasi (iOS) yang berbeda, memberikan keunggulan yang lebih pada produk *iPhone* dibandingkan dengan pesaingnya, terutama dalam hal kecanggihan sistem operasi Android. Adanya faktor harga yang masih relatif tinggi ini menciptakan peluang bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di industri penjualan ponsel. Saat ini, banyak toko ponsel yang menyediakan produk bekas namun dengan kualitas yang setara dengan ponsel baru.

Dengan adanya penjual ponsel bekas, konsumen sekarang lebih cenderung memilih untuk membeli ponsel bekas dikarenakan kualitas yang sama baiknya, namun dengan harga yang jauh lebih terjangkau, dengan memperoleh ponsel harga yang lebih murah, konsumen dapat memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka yang serba digital dan elektronik.

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian Terkait Kualitas Produk *iPhone second*

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Kinerja pada produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung sudah bagus	7	23	23,3%	76,7%
2	Produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung bisa bertahan lebih dari 1 tahun	11	19	36,7%	63,3%
3	Produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung awet	4	26	13,3%	86,7%
4	Produk <i>iPhone second</i> Pstore ujungberung sudah sesuai dengan spesifikasi	13	17	43,3%	56,7%
5	Fitur pada produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung sudah sesuai	13	17	43,3%	56,7%
6	Produk <i>iPhone second</i> yang dijual di Pstore Ujungberung memiliki daya tarik untuk dibeli	10	20	33,3%	66,7%
7	Produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung memberikan	8	22	26,7%	73,3%

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
	kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan				
8	Kualitas produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung lebih baik dibandingkan kompetitor	10	20	33,3%	66,7%

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 30 Responden 2023

Berdasarkan tabel 1.2 yang merupakan hasil dari data pra survey yang telah dilakukan kepada 30 responden telah ditemukan hasil bahwa dari 8 butir pertanyaan terdapat 1 pertanyaan dengan jawaban negative terbesar yakni 86.67% yang menyatakan bahwa produk *iPhone second* di Pstore Ujungberung tidak awet ini mengindikasikan bahwa produk *refurbished/second* mempengaruhi kualitas produk *iPhone second* yang kurang baik.

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Pra Survey Penelitian Terkait Harga *iPhone second*

No	Pertanyaan	tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Harga <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung terjangkau	13	17	43,3%	56,7%

2	Harga <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung sudah sesuai dengan kualitas produk	11	19	36,7%	63,3%
3	Harga <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung lebih murah dibandingkan di toko lain	11	19	36,7%	63,3%
4	Harga <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	7	23	23,3%	76,7%

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 30 Responden 2023

Berdasarkan tabel 1.3 yang merupakan hasil dari data pra survey yang telah dilakukan kepada 30 responden telah ditemukan hasil bahwa dari 4 butir pertanyaan ada 1 pertanyaan dengan jawaban negative terbesar yakni sebesar 76,67% yang menyatakan bahwa harga *iPhone second* yang dijual di Pstore belum sesuai dengan harapan konsumen dengan kualitas produk yang diberikan. Ini mengindikasikan masih terdapat hubungan dengan produk *refurbished/second* yang mempengaruhi dari kualitas produk.

Permasalahan terkait keputusan pembelian, peneliti sudah melakukan pra survey penelitian dengan 30 responden, agar bisa memperkuat adanya permasalahan, berikut tabel pra survey berkaitan dengan keputusan pembelian:

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra Survey Terkait Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya membeli <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung karena kualitas produk <i>iPhone second</i> yang diberikan baik	7	23	23,3%	76,7%
2	Saya membeli produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung karena memiliki banyak pilihan tipe/merek <i>iPhone</i>	14	16	46,7%	53,3%
3	Saya membeli produk <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung karena kualitas produk dan harga yang ditawarkan	11	19	36,7%	63,3%
4	Saya tidak kesulitan untuk memutuskan membeli <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung pada pagi hari hingga malam hari	9	21	30%	70%

No	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
5	Saya memutuskan membeli <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung dengan jumlah lebih dari 1 jika ada potongan harga produk	14	16	46,7%	53,3%
6	Saya memutuskan membeli <i>iPhone second</i> di Pstore Ujungberung karena metode pembayaran yang mudah	11	19	36,7%	63,3%

Sumber Data : Pra Survey Peneliti 30 Responden 2023

Berdasarkan tabel 1.4 yang merupakan hasil dari data pra survey yang telah dilakukan kepada 30 responden telah ditemukan hasil bahwa dari 6 butir pertanyaan ada 1 pertanyaan dengan jawaban negatif sebesar 76,67% yang menyatakan bahwa konsumen tidak membeli produk *iPhone second* di Pstore Ujungberung dikarenakan produk yang ditawarkan kurang baik.

Terkait permasalahan mengenai harga peneliti sudah membuat penelitian presurvey sebanyak 30 responden agar bisa memperkuat adanya permasalahan, berikut tabel pra survey berkaitan dengan harga :

Tabel 1.4
Daftar Harga *iPhone Second*

Pstore Ujungberung	Digicell BEC Bandung
--------------------	----------------------

No	Tipe/Merk <i>iPhone</i>	Harga	Tipe/Merk <i>iPhone</i>	Harga
1	<i>iPhone X 64 GB</i>	3.950.000	<i>iPhone X 64 GB</i>	4.299.000
2	<i>iPhone XR 64 GB</i>	4.450.000	<i>iPhone XR 64 GB</i>	4.899.000
3	<i>iPhone 11 64</i>	5.550.000	<i>iPhone 11 64</i>	5.999.000
4	<i>iPhone 11 Pro</i>	6.950.000	<i>iPhone 11 Pro</i>	8.399.000
5	<i>iPhone 11 Pro Max</i>	7.950.000	<i>iPhone 11 Pro Max</i>	8.399.000
6	<i>iPhone 12 64 GB</i>	6.850.000	<i>iPhone 12 64 GB</i>	8.199.000
7	<i>iPhone 12 Pro 128 GB</i>	10.550.000	<i>iPhone 12 Pro 128 GB</i>	10.599.000
8	<i>iPhone 12 Pro Max 128 GB</i>	11.550.000	<i>iPhone X 64 GB</i>	4.299.000

Sumber data: Daftar Harga Pstore Ujungberung

Dalam tabel diatas menunjukkan daftar harga *iPhone* yang ada di Pstore Ujungberung yang memiliki harga lebih murah dibandingkan kompetitor yakni Digicell BEC Bandung.

Harga yang terdapat di Pstore Ujungberung memang relatif lebih murah dibandingkan dengan kompetitor sesuai dengan slogan PStore yakni “Hp Pejabat Harga Rakyat”, Meskipun demikian dalam tabel pra survey penelitian yang dihasilkan masih terdapat ketidakpuasan konsumen terkait harga. Oleh karena itu peneliti ingin lebih dalam untuk menemukan fenomena terkait harga terkait keputusan pembelian *iPhone* di Pstore Ujungberung.

Berdasarkan hasil responden yang telah menggambarkan permasalahan diatas oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang di cantumkan ke dalam sebuah skripsi dengan judul :”**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* di Pstore Ujungberung**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Harga yang ditawarkan masih lebih mahal dibandingkan kompetitor lain.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen terkait kualitas produk dan harga yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh banyak faktor, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan dua variabel, yaitu kualitas produk dan harga.

2. Subjek penelitian ini adalah Pstore Ujungberung
3. Objek penelitian ini adalah pembeli atau konsumen Pstore Ujungberung yang diambil secara acak (*Random Sampling*), yang dijadikan populasi konsumen

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
3. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dengan adanya penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Pstore Ujungberung sehingga dapat memberikan wawasan bagi manajemen Pstore dan Produsen *iPhone* tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis kualitas produk, harga dan keputusan pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
2. Mengukur pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
3. Mengukur pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung
4. Mengukur pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *iPhone* pada Pstore Ujungberung

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Berdasarkan penelitian ini, peneliti berharap mendapatkan pengetahuan serta mengimplementasikan dari konsep dan juga teori manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Peneliti mengharapkan mendapatkan ilmu pengetahuan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pemahaman dan juga mengembangkan diri pada pengetahuan yang telah peneliti dapatkan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan juga saran terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan serta menjaga kualitas produk dan harga terhadap calon konsumen.

3. Bagi Pengambilan Keputusan (eksekutor)

Hasil penelitian ini di harapkan bisa dijadikan acuan penelitian dan bahan pertimbangan untuk memperhatikan kualitas produk, harga dan pengambilan keputusan pembelian di kemudian hari.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan sebagai bahan referensi ataupun kajian untuk penelitian selanjutnya yang khususnya berkaitan dengan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi

Lokasi yang dilakukan oleh peneliti untuk dijadikan bahan penelitian dan memperoleh data yaitu di PStore Ujungberung yang beralamat di Jl.A.H.Nasution No.73, RTO2/RW.01, Pasanggrahan, Kec. Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat 40611

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu dalam pelaksanaan penelitian adalah dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dimulai dari bulan Maret hingga Agustus 2023 dengan penjadwalan sebagai berikut :

Tabel 1.5
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan Judul Penelitian						
2	Perizinan Tempat Penelitian						
3	Penyusunan BAB I						
4	Penyusunan BAB II						
5	Penyusunan BAB III						
6	Sidang Usulan Penelitian						
7	Penyusunan BAB IV						
8	Penyusunan BAB V						
9	Sidang Akhir						

Sumber : Penulis

