

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

*The Effect Of Service Quality, Price And Product Completeness On Customer Loyalty*

Bustam<sup>1</sup>, Nur alam<sup>2</sup>, Bustari<sup>3</sup>

ox.clothingsystem@gmail.com  
azzamummu0@gmail.com  
bustari@stiemujahidin.ac.id

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin<sup>1,3</sup>  
Program Studi Ekonomi Pembangunan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin<sup>2</sup>

### Abstrak

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Apotek Mawar Tolitoli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 119 Responden. Pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner dan teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan pada Apotek Mawar Tolitoli. Besaran sumbangannya pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,590 atau 59%.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk, Loyalitas Pelanggan

### Abstract

*The Influence of Service Quality, Price and Product Completeness on Customer Loyalty. This research aims to determine the influence of service quality, price and product completeness partially and simultaneously on customer loyalty at Mawar Tolitoli Pharmacy. This research uses an associative quantitative approach. Sampling was carried out using a purposive sampling method with a total sample of 119 respondents. The data collection used was a questionnaire and data analysis techniques were carried out using multiple linear regression analysis. The research results show that partially service quality, price and product completeness have a significant effect on customer loyalty. Simultaneously, service quality, price and product completeness affect customer loyalty at Mawar Tolitoli Pharmacy. The magnitude of the contribution of service quality, price and product completeness to customer loyalty is 0.590 or 59%.*

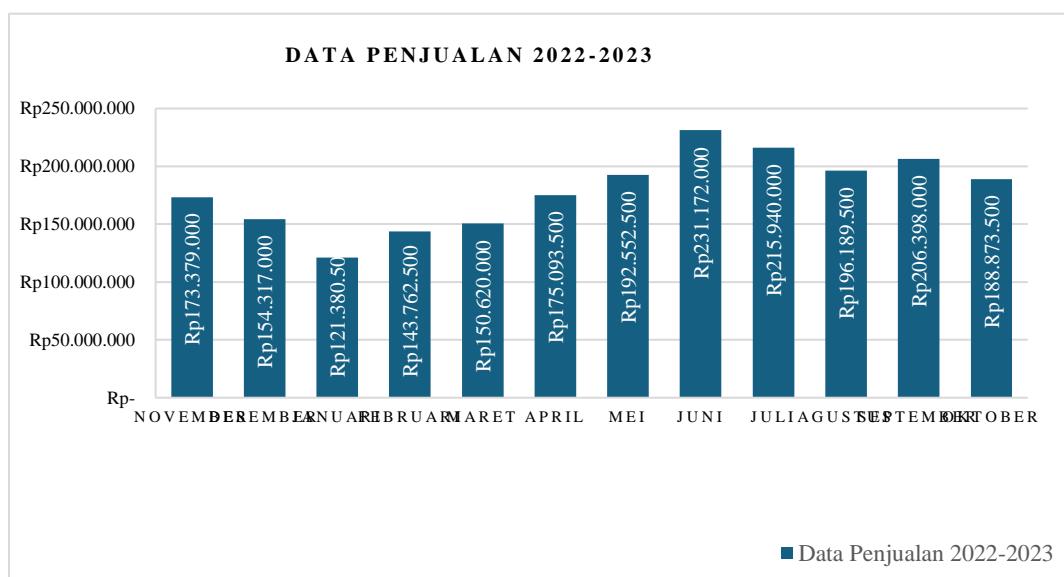
**Keywords:** Service Quality, Price, Product Completeness, Customer Loyalty

## PENDAHULUAN

Dalam era modern yang semakin berkembang ini, industri farmasi dan pelayanan kesehatan memainkan peran penting dalam masyarakat. Apotik, sebagai salah satu entitas utama dalam distribusi obat dan produk kesehatan, menjadi titik interaksi utama antara masyarakat dan sektor kesehatan. Terdapat banyak apotek yang beroperasi di seluruh Indonesia, namun kami mengamati satu apotek yang berdomisili di Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah. Apotek "Mawar" ini cukup unik

dimana kebanyakan apotek memiliki jam buka toko sehari-hari maka apotek Mawar hanya beroperasi beberapa jam dalam sehari. Dalam beberapa kesempatan, peneliti mendapatkan informasi dari beberapa pelanggan yang menyatakan pelayanan apotek Mawar tidak begitu baik. Namun demikian jumlah pelanggan Apotek Mawar melebihi banyak apotek lain khususnya di Kabupaten Tolitoli. Gambar 1 adalah data penjualan Apotek Mawar di tahun 2022-2023.

Gambar 1.  
Data Penjualan Apotek Mawar  
Periode November 2022-Okttober 2023



Gambar 1 disebutkan dalam periode november 2022 sampai oktober 2023 penjualan Apotek Mawar mengalami tren yang baik.

Beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat berimplikasi terhadap loyalitas pelanggan sebagaimana yang dikemukakan oleh (Mutmainnah, 2017) bahwa Kualitas

layanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas. Hasil penelitian lain mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memberikan efek langsung terhadap loyalitas pelanggan (Hadisurya, 2008). Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Caruana, 2002) yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran

mediasi dalam pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas layanan.

Harga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih dan mengembangkan loyalitas terhadap suatu produk atau jasa tertentu. (Jirawat Anuwichanont, 2011) sementara kelengkapan produk juga menjadi salah satu variable penting yang dibahas dalam penelitian ini sebagaimana penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa kelengkapan produk paling berpengaruh terhadap minat beli (Utari et al., 2021)

Beberapa penelitian diatas hanya mengemukakan keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, harga terhadap loyalitas pelanggan dan kelengkapan produk terhadap loyalitas secara terpisah. Pada penelitian ini penulis akan menganalisis secara komprehensif pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Apotek Mawar yang beralamat di Jalan Syarif Mansyur No. 72 Kelurahan Panasakan Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Apotek Mawar. pengambilan sampel menggunakan non-probability dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria diantaranya adalah pelanggan telah melakukan pembelian minimal dua kali dan berumur diatas 17 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 119 responden. Jenis data menggunakan data primer yang diambil dalam bentuk kuisioner.

Metode Analisis data yang kami gunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri uji normalitas bertujuan untuk menguji mengetahui apakah variabel independen dan dependen dalam suatu model regresi dapat berdistribusi normal atau tidak, penelitian ini menggunakan uji normalitas Probability Plot. Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Dalam model regresi yang baik, tidak seharusnya ada korelasi di antara variabel independen. Untuk menentukan apakah ada multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan dengan mengamati nilai tolerance dan variance inflation factor atau VIF. Untuk mengetahui terdapat tidaknya gejala multikolinearitas di dalam bentuk regresi dapat dilihat pada tabel coefficients. Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dalam variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hasil tersebut dapat disebut homoskedastisitas, sedangkan hasil yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot.

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

$Y$  = Loyalitas Pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

$X$  = Kualitas Pelanggan, Harga dan  
Kelengkapan Produk

Uji Parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Bila nilai signifikan tiap variabel  $<0,05$  maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, hal tersebut dapat dilihat pada tabel coefficients. Serta uji ini dilakukan dengan melakukan perbandingan antara Thitung dan Ttabel. Untuk menentukan level of significance (batas kemaknaan) dimana peneliti sudah menentukan nilai  $\alpha$  (alpha) dengan hipotesis

dua arah, maka nilai batas kemaknaan atau nilai  $\alpha = 0,05\%$  dibagi menjadi 2 ( $\alpha/2$ ).

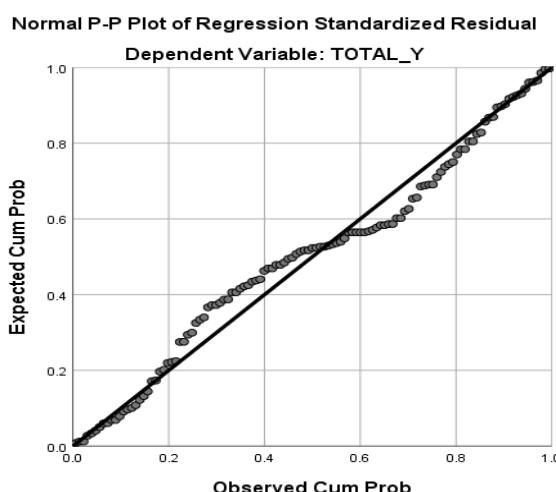
Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Bila nilai signifikan  $<0,05$  maka variabel independen ( $X$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen ( $Y$ ), dimana dapat dilihat pada tabel (ANOVA). Dan pengujian ini juga melihat dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel.

## HASIL

### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent dan dependen berdistribusi normal atau tidak



Gambar 2. Grafik Probability Plot

Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik berada didekat atau mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Kami melakukan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel independent. Regresi yang baik tidak memiliki korelasi yang kuat antar variabel independent.

Tabel 1.Hasil Uji Multikolinearitas

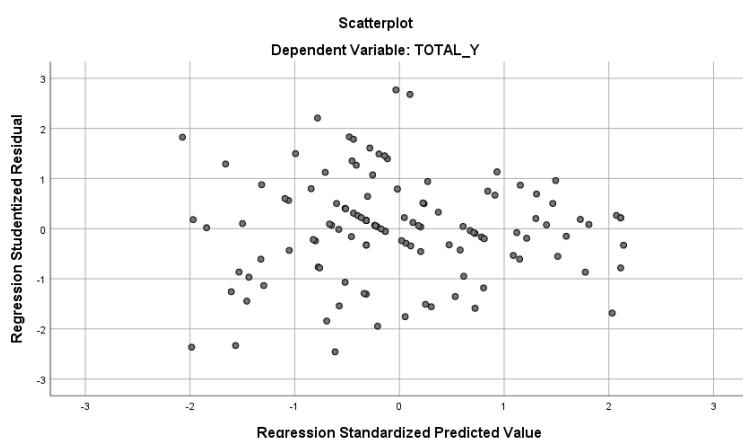
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.598	1.671
Harga	.619	1.616
Kelengkapan Produk	.654	1.528

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independent dalam suatu model regresi, Dimana variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai *tolerance* 0,598 dengan VIF sebesar 1,671, variabel harga (X2) memiliki nilai *tolerance* 0,619 dengan VIF sebesar 1,616, variabel kelengkapan produk (X3) memiliki nilai *tolerance* 0,654 dengan VIF sebesar 1,528, maka regresi dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas karena memiliki nilai *tolerance*  $>0,01$  dan nilai VIF  $<10$ .

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki gejala heteroskedastisitas

Gambar 3.Grafik Scatterplot



Gambar 3 terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar acak diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2.Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.063	1.961
Kualitas Pelayanan	.098	.047
Harga	.246	.063
Kelengkapan Produk	.476	.077

Tabel 2 diperoleh persamaan regresi, sebagai berikut  $Y = 0,063 + 0,098X_1 + 0,246X_2 + 0,476X_3$

Dari persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,063. Artinya apabila variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk) diasumsikan nol (0) atau tetap, maka terhadap keputusan pembelian bernilai 0,063.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,098. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,098 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai positif tersebut menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dengan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) adalah searah atau positif, dimana setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan kenaikan loyalitas pelayanan sebesar 0,098 atau 9,8%
- c. Nilai koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,246. Artinya adalah

bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,246 dengan asumsi variabel tetap. Nilai positif tersebut menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel harga ( $X_2$ ) dengan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) adalah searah atau positif, dimana setiap kenaikan satu-satuan variabel harga akan menyebabkan kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,246 atau 24,6%.

- d. Nilai koefisien regresi variabel kelengkapan produk ( $X_3$ ) sebesar 0,476. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan kelengkapan produk sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,476 dengan asumsi variabel tetap. Nilai positif tersebut menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel kelengkapan produk ( $X_3$ ) dengan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) adalah searah atau positif, dimana setiap kenaikan satu-satuan menyebabkan kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0,476 atau 47,6%.

## Uji Hipotesis

### 1) Uji Parsial (T)

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	t	Sig.
(Constant)	.032	.975
Kualitas Pelayanan	2.080	.040
Harga	3.912	.000
Kelengkapan Produk	6.173	.000

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pada hasil pengujian terhadap nilai signifikan sejumlah  $0,040 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung} 2,080 > t_{tabel} 1,98081$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima. Yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Variabel Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.  
Pada hasil pengujian terhadap nilai signifikan sejumlah  $0,000 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung} 3,912 > t_{tabel} 1,98081$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
Regression	55.250	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Pada pengujian diatas memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $55,250 > F_{tabel} 2,68$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk secara simultan atau secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan. Artinya hipotesis pada penelitian ini yaitu  $H_4$  diterima.

## 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square
1	.768 <sup>a</sup>	.590

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas, menunjukkan nilai  $R$   $Square$  sebesar 0,590. Dapat dikatakan bahwa kemampuan mempengaruhi variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, harga, dan kelengkapan produk terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan adalah sebesar 59%. Sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak tercantum pada penelitian ini.

diterima. Yang artinya variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

c. Variabel Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.  
Pada hasil pengujian terhadap nilai signifikan sejumlah  $0,000 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung} 6,173 > t_{tabel} 1,98081$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima. Yang artinya variabel kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
Regression	55.250	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hal ini berdasarkan hasil analisis uji parsial ( $T$ ) yang dilakukan pada penelitian ini, didapatkan nilai  $T_{hitung}$

sebesar  $2,080 > T_{tabel} 1,98081$  dan nilai signifikan sejumlah  $0,040 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima. Yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah penilaian konsumen yang membandingkan atas tingkat pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima memenuhi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dianggap baik dan memuaskan. Apabila pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diterima maka pelanggan berpeluang untuk melakukan pembelian ulang di Apotek Mawar Tolitoli.

### **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hal ini berdasarkan hasil analisis uji parsial ( $T$ ) yang dilakukan pada penelitian ini, didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $3,912 > T_{tabel} 1,98081$  dan nilai signifikan sejumlah  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima. Yang artinya variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Jirawat Anuwichanont yang menyatakan bahwa harga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian sebuah produk dengan mempertimbangkan manfaat yang diperoleh oleh pelanggan dengan nilai uang yang akan dikeluarkan. Tentu hal ini dapat berpengaruh pada loyalitas pelanggan karena loyalitas pelanggan berawal dari keputusan pembelian pelanggan dan apabila

merasa cocok dengan harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diperoleh maka pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang di Apotek Mawar Tolitoli.

### **Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hal ini berdasarkan hasil analisis uji parsial ( $T$ ) yang dilakukan pada penelitian ini, didapatkan nilai  $T_{hitung}$  sebesar  $6,173 > T_{tabel} 1,98081$  dan nilai signifikan sejumlah  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima. Yang artinya variabel kelengkapan produk ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Utari yang menyatakan bahwa kelengkapan produk atau penyediaan produk yang baik tidak hanya dapat menarik minat pelanggan tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk berbelanja. Berdasarkan penelitian diatas maka kelengkapan produk menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Apotek Mawar Tolitoli.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hipotesis keempat menyatakan bahwa “Diduga Kualitas Pelayanan, Harga dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Apotek Mawar Tolitoli”. Berdasarkan pada hasil uji simultan ( $F$ ) yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $55,250 > F_{tabel} 2,68$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas

pelayanan (X1), harga (X2) dan kelengkapan produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y), artinya H<sub>4</sub> diterima. Adapun pada uji koefisien determinasi didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,590 yang berarti variabel independen (X1, X2, X3) dapat memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sebesar 59%, sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya diluar penelitian ini.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian semua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode statistic sederhana sehingga diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode statistic yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828.  
<https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Hadisurya, J. (2008). Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 1(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v1i2.1211>
- Jirawat Anuwichanont. (2011). *The Impact Of Price Perception On Customer*

*Loyalty In The Airline Context.*  
<https://core.ac.uk/reader/268112490>

Kotler, P dan K, L, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Indeks. Jakarta.

Mutmainnah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>

Utari, W., Sudaryanto, Jannah, N., Sobakh, N., & Rusdiyanto. (2021, March 1). *Consumer interest with regard to product completeness, promotion and location: The case of Indonesia.* / *Economic Annals-XXI / Ekonomiční Časopis-XXI* / EBSCOhost.  
<https://doi.org/10.21003/ea.V188-15>