

PERAN CITRA DESTINASI TERHADAP PENINGKATAN KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA GEOPARK MERANGIN

Mukhlis Yunus

Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP YPM

Email: yunus.mukhlis@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of destination image of tourist satisfaction at the Geopark Merangin tour. The samples in this study was the tourists who visited at the Geopark Merangin tour, which amounted at samples was 100 peoples. The sampling technique is purposive sampling. The type of data primary which was taken data questionnaires. Analysis method was multiple linear regression analysis. The hypothesis Test was using T-test statistics to see the influence of the independent variable on the dependent variables partially or individually. The results of the study found that destination image have a positive influence on the satisfaction at the Geopark Merangin tour.

Keywords : Destination Image and Tourist Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Geopark Merangin. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung pada wisata Geopark Merangin yang berjumlah 100 orang sampel. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data primer yang diambil adalah data kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan statistik uji-t untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun individual. Hasil penelitian menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pada wisata Geopark Merangin.

Kata kunci : Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan

PENDAHULUAN

Sektor Pariwisata merupakan sesuatu yang mempengaruhi pergantian peristiwa dan kemajuan suatu negara. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pergantian peristiwa dan kemajuan di bidang industri perjalanan wisata di berbagai tempat di Indonesia. Area pengembangan dipandang sebagai mata air industri yang kuat yang dapat memberikan kontribusi pembayaran untuk perdagangan asing, pekerjaan yang terbuka lebar, menguntungkan area lokal, swasta, serta merakit kegiatan-kegiatan modern dan

kegiatan moneter lainnya yang dapat memanfaatkan SDA dan mempresentasikan budaya masyarakat sehingga layak untuk diciptakan.

Sesuai UU no. 10/2009 tentang Pariwisata. Arti dari industri perjalanan adalah berbagai jenis kegiatan industri perjalanan yang ditegakkan oleh berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan oleh daerah setempat, pengelola keuangan, pemerintah, dan legislatif di sekitarnya. Potensi peningkatan industri perjalanan ini tidak dapat dipisahkan dari sistem dan strategi promosi yang hebat serta tanggung jawab bersama. Pemerintah Kota juga harus memperhatikan pihak swasta untuk ikut ambil bagian dalam kemajuan tersebut. Akibatnya, kemajuan di bidang industri perjalanan saat ini sedang diselesaikan di berbagai bagian Indonesia

Kabupaten Merangin merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jambi yang memiliki daya tarik keindahan alam yang khas dan sarat dengan sejarah menakjubkan perkembangan manusia purba di berbagai tempat. Kabupaten Merangin juga merupakan simbol industri wisata di Provinsi Jambi. Salah satu destinasi liburan utama yang diawasi dan dibuat oleh pemerintah Kabupaten Merangin yang banyak dikunjungi wisatawan adalah destinasi liburan Geopark Merangin yang merupakan destinasi liburan Prasejarah terbesar di wilayah Jambi.

Geopark Merangin ini menawarkan tempat-tempat liburan baik dari atraksi biasa maupun wisata sosial yang memiliki ketersediaan, kantor atau bukti nyata, serta memiliki gambaran lokasi yang layak dan administrasi yang mendukung. Daya tarik ini menjadi tolak ukur tingkat kepuasan traveler selama dan sebelum berangkat ke destinasi liburan Geopark Merangin.

Berikut jumlah wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata Geopark Merangin:

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Geopark Merangin dan ke Kabupaten Kerinci Tahun 2016 – 2020

Tahun	Pengunjung Geopark Merangin	Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Kerinci
2016	190.000	196.020
2017	117.646	205.822
2018	116.976	216.110
2019	111.004	226.915
2020	195.000	238.260
Jumlah	1.140.736	1.423.372

Sumber : DISPARBUD Kab. Merangin (2020)

Tabel 1 atau lebih adalah kunjungan wisatawan di destinasi liburan Geopark Merangin dan di destinasi liburan di Kabupaten Kerinci, dimana kunjungan wisatawan ke Geopark Merangin umumnya akan terombang-ambing dari tahun ke tahun berbeda dengan kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Kerinci yang bersebelahan, ada peningkatan kunjungan dari satu tahun ke tahun lainnya.

Membuat kepuasan wisatawan adalah tugas yang sangat merepotkan jika Anda tidak fokus pada hal-hal yang mempengaruhinya. Pemenuhan adalah sensasi kekecewaan atau kesenangan yang dirasakan oleh seseorang, yang muncul karena pameran barang (atau hasil) yang jelas bertentangan dengan asumsi pembeli (Kotler, 2009).

Pengelola dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan perlu adanya pembentukan citra destinasi atau citra tujuan wisata yang positif. Citra destinasi menurut Pitana dan Diarta (2009) adalah keyakinan yang dimiliki wisatawan tentang barang atau jasa yang dibeli atau akan dibeli wisatawan. Citra destinasi (*destination image*) dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*). Hal ini diperkuat oleh penelitian Alfitriani (2015) bahwa citra destinasi merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, semakin baik citra destinasi yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan yang dirasakan.

Kajian Literatur dan Hipotesis

Kepuasan

Kepuasan merupakan adalah penilaian pascapembelian dimana pilihan yang dipilih pada dasarnya setara atau melampaui asumsi klien, sedangkan kekecewaan muncul jika hasil tidak sesuai dengan asumsi (Tjiptono, 2012). Pemenuhan atau kekecewaan wisatawan adalah reaksi terhadap penilaian ketidakkonsistenan atau diskonfirmasi antara asumsi masa lalu dan barang yang terlihat nyata setelah digunakan.

Citra Destinasi

Soemirat dan Ardianto (2007) menggambarkan bahwa CitraDestinasi adalah gambaran dari kenyataan yang ada sekarang dan tidak perlu dibandingkan dengan dunia nyata, Citra adalah dunia yang ditunjukkan oleh pengetahuan. Citra adalah informasi

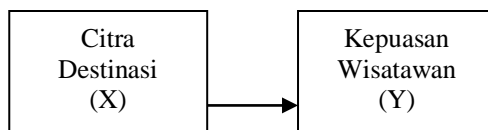
tentang kita dan pandangan terhadap kita yang memiliki tempat dengan berbagai pertemuan. Gambaran yang terdapat pada suatu destinasi wisata dikenal dengan istilah CitraDestinasi (objective picture). Citradestinasi sebagaimana ditunjukkan oleh Pitanadan Diarta (2009) adalah keyakinan yang dimiliki wisatawan tentang tenaga kerja dan produk yang dibeli atau akan dibeli oleh wisatawan.

Hipotesis

CitraDestinasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan yang berkunjung di objek wisata Geopark Merangin

Kerangka Konseptual

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang berlibur di kawasan objek wisata Geopark Merangin. Sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin yang dikutip oleh Umar (2005) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis = 10% = 0,1

Dengan demikian jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{195.000}{1 + 195.000 (0,1)^2} = 99,95$$

Hasil dari perhitungan jumlah sampel digenapkan menjadi 100 orang responden. Cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan cara *purposivesampling*, yaitu cara penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009).

Defenisi dan Operasional Variabel

Kepuasan (Y)

Kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana pilihan substitusi yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui ekspektasi pelanggan, sedangkan

ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi ekspektasi (Tjiptono, 2012). Menurut Kotler (2007) untuk menilai kepuasan, indikator pengukuran yaitu sebagai berikut Profesionalitas, Ketanggapan Pelayanan, Keberadaan Pelayanan, Kepuasan Menyeluruh, Penataan Tempat

Citra Destinasi (X)

Citra destinasi menurut Pitanadan Diarta, (2009) adalah keyakinan wisatawan tentang produk atau perlakuan yang baik yang wisatawan beli atau akan dibeli. Indikator citra destinasi menurut Coban (2012) terdiri dari: Atraksi wisata, Fasilitas dasar, Atraksi budaya, Aksesibilitas dan substruktur pariwisata Lingkungan alam, Faktor ekonomi.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Strategi untuk mengestimasi legitimasi dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA berfungsi untuk menguji apakah suatu pengembangan memiliki unidimensionalitas atau terlepas dari apakah pointer penyelidikan yang digunakan dapat menegaskan suatu build atau variabel. (Ghozali, 2011).

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah konsistensi dan keamanan estimasi instrumen, kualitas yang tak tergoyahkan dari setiap variabel pengujian menggunakan nilai alpha Croanbach minimal 0,60 (Sekaran, 2006).

Metode Analisis Data

Dalam menyelesaikan pengujian faktual menggunakan tahapan pengujian termasuk investigasi yang melibatkan, pemeriksaan inferensial, untuk menjadi uji ordinarity spesifik, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas, berbagai pemeriksaan linear berganda, uji koefisien diterminasi (R^2), uji ketercapaian F- Uji statistik model dan uji spekulasi menggunakan uji statistik T-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Ekplorasi terhadap 100 orang responden memperlihatkan hasil bahwa berdasarkan jenis kelamin 43 orang laki-laki 57 orang perempuan. Berdasarkan usia sebagian besar responden berusia berkisar antara 17 – 30 tahun, bekerja atau berstatus sebagai Mahasiswa serta berpendapatan atau uang saku perbulannya dibawah atau sama dengan Rp 3.000.000.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Berdasarkan hasil review tersebut, dapat terlihat bahwa dari sepuluh syarat pemenuhan kepuasan wisatawan, enam pernyataan untuk Citra destinasi, semua faktor tersebut dinyatakan penting mengingat Fakta bahwa mereka memiliki nilai KMO - MSA lebih penting dari 0,50, namun ada satu hal pernyataan kepuasan wisatawan yang tidak valid atau ambigu karena memiliki tiga nilai *factor loading* yang besar dari 0,40.

Uji Reliabelitas

Tabel 3
Hasil Uji reliabelitas

Variabel	Cronbach <i>alhp</i>	Cut <i>Off</i>	Ket
Kepuasan Wisatawan	0.873	0,60	<i>Reliabl e</i>
Citra Destinasi	0.865	0,60	<i>Reliabl e</i>

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel 3, dapat dilihat bahwa semua variable penelitian dinyatakan reliabel atau handal, karena memiliki *cronbachalpha* di atas 0,60

Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

Variabel	α	Asymp.Sig. (2-tailed)	Ket
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,05	0.057	Normal
Citra Destinasi (X)	0,05	0.152	Normal

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi secara normal. Hasil ini dilihat dari *Asymp sig (2-tailed)* yang didapat lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Destinasi (X)	0.915	1.092	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data Primer diolah 2020

Dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas artinya variabel bebas tidak saling mengganggu atau mempengaruhi, dimana nilai VIF-nya lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6
Uji heteroskedastisitas

Variabel	Sig	α	Ket
Citra Destinasi	0.190	0.05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, karena Value signifikansi dari semua variabel bebas lebih besar dari 0,05.

Regresi Linier Berganda

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel citra destinasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Geopark Merangin.

Tabel 7

Hasil Analisa Regresi Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikan	Keputusan Hipotesis
Konstanta	0.108	-	-
Citra Destinasi (X)	0.150	0.027	Diterima
R Square	0.391		

Sumber : *Data Primer diolah 2020*

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Di lihat dari tabel 7 Nilai R^2 (*R square*) diperoleh hasil penelitian R Square sebesar 0.391 ini berarti sebesar 39,1% dari kepuasan wisatawan di objek wisata Geopark Merangin dipengaruhi oleh variabel citra destinasi sedangkan sisanya 60,9% adalah pengaruh keberadaan dari variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Geopark Merangin

Dari pengujian teori utama, maka kuncinya adalah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di destinasi wisata Geopark Merangin. Hal ini menjelaskan bahwa citra destinasi yang baik merupakan salah satu pertimbangan bagi para wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata Geopark Merangin dan citra destinasi yang baik akan membantu wisatawan untuk memiliki kepuasan yang lebih baik, semakin baik citra destinasi tertentu, semakin tinggi kepuasan wisatawan tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Citra destinasi berpengaruh baik terhadap kepuasan wisatawan di objek wisata Geopark Merangin.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pemerintah sebagai pengelola objek wisata Geopark Merangin harus selalu melihat kebutuhan dan keinginan wisatawan untuk mengoptimalkan kepuasan wisatawan melalui jasa dan pelayanan yang diberikan di objek wisata Geopark Merangin. Pengelola objek wisata Geopark Merangin harus menciptakan citra destinasi dengan baik, memberikan pelayanan yang maksimal serta melakukan promosi yang menarik untuk terus mengembangkan objek wisata Geopark Merangin sehingga wisatawan yang berkunjung pun akan meningkat.

Mengingat konsekuensi dari eksplorasi yang diarahkan, otoritas publik sebagai pengawas destinasi wisata Geopark Merangin harus selalu fokus pada kebutuhan dan keinginan wisatawan untuk membangun kebutuhan wisatawan yang nyata melalui pelayanan yang diberikan di tempat wisata Geopark Merangin. Pengelola tempat wisata Geopark Merangin sebaiknya membuat citra destinasi yang baik, memberikan bantuan yang maksimal dan melakukan upaya-upaya menarik untuk terus mengembangkan tempat wisata Geopark Merangin agar kunjungan wisatawan akan meningkat.

Keterbatasan Penelitian

Ilmuwan memahami bahwa penelitian pasang surut memiliki kendala, secara keseluruhan hambatan dari eksplorasi ini adalah:

1. Jumlah pengujian yang telah ditentukan digunakan, dengan cara ini menentukan ketepatan dan presisi dari hasil eksplorasi yang diperoleh.
2. Tata cara pengelolaan dalam survei yang beredar dilakukan secara ketat sehingga terdapat beberapa penjelasan yang mengalami kelemahan, akhirnya mempengaruhi ketepatan hasil pemeriksaan yang diperoleh.
3. Penelitian ini mengkaji dampak CitraDestinasi terhadap pemenuhan wisatawan di tempat liburan Geopark Merangin. Ada banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan yang tidak digunakan dalam ulasan ini.

Saran

1. Pihak pemerintah atau pengelola objek wisata Geopark Merangin disarankan untuk lebih meningkatkan profesionalitas petugas dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan, meningkatkan ketanggapan pelayanan, memberikan informasi dan sistem pelayanan yang jelas serta menjaga dan meningkatkan kebersihan, karena masih ada wisatawan yang merasa tidak puas dengan profesionalitas petugas, ketanggapan pelayanan, informasi dan sistem pelayanan yang diberikan serta kebersihan di objek wisata Geopark Merangin.
2. Pihak pemerintah atau pengelola objek wisata Geopark Merangin harus dapat menjaga dan meningkatkan citra destinasi dari objek wisata Geopark Merangin, dengan meningkatkan pertunjukan atraksi wisata, fasilitas dasar, festival budaya, akses menuju objek wisata Geopark Merangin, kebersihan dan kreativitas ekonomi masyarakat setempat agar wisatawan yang berkunjung selalu merasa puas saat berwisata di Geopark Merangin. Karena masih ada wisatawan yang merasa tidak puas dengan citra destinasi dari objek wisata Geopark Merangin dan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
3. Pihak pemerintah atau pengelola objek wisata Geopark Merangin harus dapat menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan di objek wisata Geopark Merangin terutama dalam meningkatkan jaminan berupa keamanan wisatawan selama berwisata, karena masih terdapat turis yang merasa belum puas dengan keamanan dan konsistensi kesopanan petugas dalam memberikan pelayanan.
4. Pihak pemerintah atau pengelola objek wisata Geopark Merangin harus dapat lebih meningkatkan promosi yang baik dan menarik di objek wisata Geopark Merangin, dapat berupa pelaksanaan acara pameran dan memberikan brosur yang menarik serta dengan baliho atau promosi melalui internet dan media sosial, karena dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
5. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak faktor lainnya yang dapat

mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin. (2016) . Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Wisata Bahari Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Alditia Detmuliati, Syofia Achnes, .Ari Kresnaputra Agus. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Riau Fantasi Labersa Water & Themepark. *Jom FISIP*, 2(1), 1–15.
- Alfitriani. (2015). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kualitas, Nilai Persepsi, Kepuasan dan Minat Berprilaku: Kasus Kunjungan Wisatawan di Kota Palembang. *Jurnal Menara Ekonomi*, 1(2), 1–8.
- Alma, Buchari. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung: CV Alfabeta
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty the of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 29(2).
- Faradina, Anissa., & Budhi, Satrio. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Alamanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1), 44–52.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2007). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran Perpektif Asia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., and L, L, Berry. (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Marketing*. Vol.64.Spring.pp. 12-40.

- Pitana, I, Gde., dan IK. S. Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Redita, Rizky., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Destination Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Angkut. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 138–143.
- Rendy Gulla., Sem George Oroh, . Ferdy Roring. (2015). Analisis Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1313–1322.
- Rosita., Sri Marhanah, . Woro Hanoum Wahadi. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Selly, Massie. (2016). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Objek Wisata Sumaru Endo Remboken. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 86-97.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*, Cetakan ke-22. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset, Yogyakarta.