

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SALES PROMOTION*, DAN  
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
ULANG DI SWALAYAN SYAMSUNA KEC. DOLOPO, KAB.  
MADIUN**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gading Aryuda Brilliant Saputra  
Nim : 22415654  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2026**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SALES PROMOTION*, DAN  
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
ULANG DI SWALAYAN SYAMSUNA KEC. DOLOPO, KAB.  
MADIUN**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Gading Aryuda Brilliant Saputra  
Nim : 22415654  
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Service Quality*, *Sales Promotion*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Swalayan Syamsuna Kco. Dolopo, Kab. Madiun

Nama : Gading Aryuda Brilliant Saputra

NIM : 22415654

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-I) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 21 Juli 2026

Pembimbing I



Dr. Riawan, S. Pd., MM  
NUPTK.537763664131113

Pembimbing II



Fery Setiawan, SE., MM  
NUPTK. 1552767668131043

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso., S.E., M.Si  
NIK. 19701016 199904 12

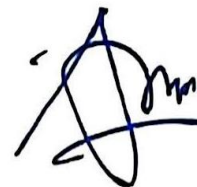
Dosen Penguji:



Dr. Riawan, S. Pd., MM  
NUPTK.537763664131113



Eka Destriyanto Pristi, S.AB., MM  
NUPTK. 55437626632310334



Yusup Arip, S.E., MM  
NUPTK. 8446763664137003

## RINGKASAN

Gading Aryuda Brilliant Saputra, NIM 22415654, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi: “Pengaruh *Service Quality*, *Sales Promotion*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Swalayan Syamsuna Kec. Dolopo, Kab. Madiun”

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan, dan Variasi Produk berkontribusi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian berulang di Swalayan Syamsuna, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun. Latar belakang penelitian ini berangkat dari kondisi persaingan di sektor ritel yang kian kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut untuk menjaga pelanggan melalui layanan yang prima, promosi yang tepat sasaran, serta ketersediaan produk yang beragam sesuai kebutuhan. Dalam konteks ini, pembelian berulang dipandang sebagai tolok ukur utama loyalitas pelanggan sekaligus cerminan efektivitas strategi pemasaran perusahaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif berbasis survei. Seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Swalayan Syamsuna dijadikan populasi penelitian, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yakni memilih responden yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian diolah menggunakan metode Partial Least Square (PLS) berbantuan aplikasi SmartPLS guna menguji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, dengan nilai t-statistics sebesar 0,683 (lebih kecil dari 1,96) dan p-value sebesar 0,495 (lebih besar dari 0,05), sehingga hipotesis pertama ditolak. Sebaliknya, *Sales Promotion* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, dengan nilai t-statistics sebesar 3,448 (lebih besar dari 1,96) dan p-value sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis kedua diterima. Demikian pula, Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang, dengan nilai t-statistics sebesar 3,200 (lebih besar dari 1,96) dan p-value sebesar 0,001 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis ketiga diterima. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai R Square sebesar 0,706, yang berarti *Service Quality*, *Sales Promotion*, dan Variasi Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 70,6% variasi Keputusan Pembelian Ulang, sedangkan 29,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Service Quality*, *Sales Promotion*, Variasi Produk, Keputusan Pembelian Ulang, Swalayan Syamsuna.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi sederhana ini dengan judul “Pengaruh *Service Quality*, *Sales Promotion*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Swalayan Syamsuna Kec. Dolopo, Kab. Madiun” sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Begitu banyak pihak yang terlibat dalam tersusunnya skripsi ini, saya ucapkan terimakasih kepada:

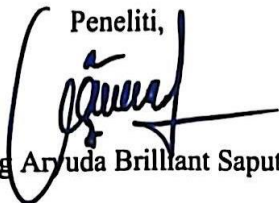
1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar telah mencurahkan waktu dan perhatiannya dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan motivasi dan masukan berharga sepanjang proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah dengan ikhlas mendedikasikan waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan serta saran yang sangat berarti bagi penulis.

5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah berbagi ilmu dan pengalaman berharga kepada penulis selama menempuh pendidikan.
6. Pimpinan beserta segenap karyawan Swalayan Syamsuna, yang telah memberikan kesempatan, kemudahan akses, dan informasi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Kedua orang tua penulis yang tercinta, yang tak pernah berhenti memanjatkan doa, mencurahkan kasih sayang, serta memberikan dukungan baik secara moral maupun material demi kelancaran studi penulis.
8. Seluruh keluarga, sahabat, dan rekan-rekan yang senantiasa hadir memberikan semangat, dorongan, dan bantuan nyata selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
9. Semua pihak yang turut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat konstruktif sebagai bahan perbaikan ke depannya. Besar harapan penulis agar karya ini dapat memberi manfaat, baik bagi penulis sendiri, kalangan akademisi, maupun bagi siapa saja yang memerlukannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 29 Juni 2026

Peneliti,  
  
Gading Aryuda Brilliant Saputra  
NIM. 22415654

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, petunjuk, dan kemudahan yang Engkau berikan sehingga saya mampu menyelesaikan amanah akademik ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Bpk Hariyanto dan Ibu Rina Rahmawati, yang kasih sayangnya tidak pernah putus, doa-doanya yang selalu menembus langit, serta dukungan tanpa batas yang menjadi bahan bakar utama perjuangan saya.
3. Keluarga besar, atas dukungan moral dan motivasi yang diberikan selama masa perkuliahan.
4. Untuk Bapak Dr. Riawan, S. Pd., MM dan Fery Setiawan, SE., MM, terima kasih telah menjadi mentor yang luar biasa. Terima kasih atas waktu, saran, dan motivasi yang Bapak berikan di tengah kesibukan Bapak. Tanpa arahan dan kritik membangun dari Bapak, skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan dengan baik.
5. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya Fakultas Ekonomi, tempat saya menimba ilmu dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat seperjuanganku yang selalu ada, mendukung, dan saling menguatkan sejak awal perjalanan kuliah hingga akhirnya kita sampai di sini.

## **MOTTO**

Mereka yang tidak bisa merubah pikiranya maka tidak bisa mengubah apapun

*(George Bernard Shaw)*

Tidak ada kekayaan yang lebih utama dari pada akal.

Tiada keadaan yang lebih menyedihkan dari pada kebodohan.

Dan tiada warisan yang lebih baik dari pada pendidikan

*(Ali Bin Abi Thalib)*



## **PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR**

### **KODE ETIK PENULISAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan / atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Juni 2026



Gading Aryuda Brilliant Saputra

NIM 22415654

## ABSTRAK

**Skripsi: “Pengaruh *Service Quality*, *Sales Promotion*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Swalayan Syamsuna Kec. Dolopo, Kab. Madiun”; Gading Aryuda Brilliant Saputra, NIM 22415654, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.**

Persaingan bisnis ritel yang semakin ketat di wilayah Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran guna mempertahankan konsumen dan mendorong pembelian ulang. Swalayan Syamsuna sebagai salah satu ritel lokal menghadapi tantangan berupa fluktuasi jumlah transaksi serta pergeseran loyalitas konsumen ke gerai ritel modern yang menawarkan harga lebih kompetitif, promosi lebih menarik, dan kelengkapan produk yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian ulang konsumen di Swalayan Syamsuna, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi di Swalayan Syamsuna selama periode Februari hingga Maret 2026. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak  $\geq 160$  responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang ( $t$ -statistics = 0,683;  $p$ -value = 0,495). Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang ( $t$ -statistics = 3,448;  $p$ -value = 0,001). Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang ( $t$ -statistics = 3,200;  $p$ -value = 0,001). Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 70,6% variasi keputusan pembelian ulang konsumen berdasarkan nilai R Square sebesar 0,706, sedangkan 29,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

**Kata Kunci:** *Service Quality*, *Sales Promotion*, Variasi Produk, Keputusan Pembelian Ulang.

## ABSTRACT

**Thesis: "The Effect of Service Quality, Sales Promotion, and Product Variety on Repurchase Decision at Swalayan Syamsuna, Dolopo District, Madiun Regency"; Gading Aryuda Brilliant Saputra, Student ID 22415654, Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.**

*The increasingly intense retail business competition in Dolopo District, Madiun Regency has compelled business operators to continuously innovate their marketing strategies in order to retain customers and stimulate repurchase behavior. As a local retail store, Swalayan Syamsuna faces significant challenges including transaction volume fluctuations and a shift in consumer loyalty toward modern retail outlets that offer more competitive prices, more attractive promotions, and a wider product selection. This study aims to analyze the effect of service quality, sales promotion, and product variety on consumer repurchase decisions at Swalayan Syamsuna, both partially and simultaneously.*

*This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of all consumers who conducted transactions at Swalayan Syamsuna during the period of February to March 2026. Sampling was carried out using accidental sampling technique with a total sample of  $\geq 160$  respondents. Data were collected through questionnaire distribution and analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 3 software, encompassing validity testing, reliability testing, and hypothesis testing.*

*The findings reveal that service quality does not have a significant effect on repurchase decisions ( $t$ -statistics = 0.683;  $p$ -value = 0.495). Sales promotion has a positive and significant effect on repurchase decisions ( $t$ -statistics = 3.448;  $p$ -value = 0.001). Product variety also has a positive and significant effect on repurchase decisions ( $t$ -statistics = 3.200;  $p$ -value = 0.001). Simultaneously, the three variables collectively explain 70.6% of the variance in consumer repurchase decisions, as indicated by an  $R$  Square value of 0.706, while the remaining 29.4% is attributed to other factors not included in this research model.*

**Keywords:** Service Quality, Sales Promotion, Product Variety, Repurchase Decision.

## DAFTAR ISI

|                                                         |      |
|---------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL LUAR .....                               | i    |
| HALAMAN SAMPUL DALAM .....                              | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                 | iii  |
| RINGKASAN .....                                         | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                     | v    |
| LEMBAR PERSEMBAHAN.....                                 | vii  |
| MOTTO .....                                             | viii |
| PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR .....                        | ix   |
| ABSTRAK .....                                           | x    |
| ABSTRACT.....                                           | xi   |
| DAFTAR ISI .....                                        | xii  |
| DAFTAR TABEL .....                                      | xv   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                      | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                    | i    |
| BAB I.....                                              | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                       | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                         | 1    |
| B. Perumusan Masalah .....                              | 8    |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                  | 8    |
| BAB II .....                                            | 11   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                   | 11   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                | 11   |
| 2.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix Theory) .....     | 11   |
| 2.1.2 <i>Service quality</i> (Kualitas Pelayanan) ..... | 15   |

|                             |                                                                |           |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3                       | Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....             | 25        |
| 2.1.4                       | Variasi Produk ( <i>Product Variety</i> ) .....                | 32        |
| 2.1.5                       | Keputusan Pembelian Ulang ( <i>Repurchase Decision</i> ) ..... | 39        |
| 2.2                         | Penelitian Terdahulu .....                                     | 47        |
| 2.3                         | Kerangka Konseptual Penelitian.....                            | 49        |
| 2.4                         | Hipotesis .....                                                | 51        |
| <b>BAB III</b>              | .....                                                          | <b>54</b> |
| <b>METODE PENELITIAN</b>    | .....                                                          | <b>54</b> |
| 3.1                         | Ruang Lingkup Penelitian .....                                 | 54        |
| 3.2                         | Populasi dan Sampel Penelitian.....                            | 56        |
| 3.3                         | Metode Pengambilan Data.....                                   | 60        |
| 3.4                         | Definisi Operasional Variabel .....                            | 62        |
| 3.5                         | Metode Analisis Data.....                                      | 67        |
| <b>BAB IV</b>               | .....                                                          | <b>72</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> | .....                                                          | <b>72</b> |
| 4.1.                        | Hasil Penelitian .....                                         | 72        |
| 1.                          | Sejarah Swalayan Syamsuna.....                                 | 72        |
| 2.                          | Visi dan Misi Swalayan Syamsuna .....                          | 74        |
| 3.                          | Struktur Organisasi.....                                       | 75        |
| 4.                          | Gambaran Umum Responden .....                                  | 77        |
| 5.                          | Deskripsi Variabel.....                                        | 79        |
| 4.2.                        | Deskripsi Jawaban Responden.....                               | 80        |
| 4.3.                        | Skema Model <i>Partial Least Square</i> .....                  | 82        |
| 4.4.                        | Model Pengukuran (Outer Model).....                            | 83        |
| 1.                          | Uji Validitas .....                                            | 83        |
| 2.                          | Uji Reliabilitas .....                                         | 92        |

|                                                                                                                                                                                                       |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3. Model Struktural (Inner Model).....                                                                                                                                                                | 95         |
| 4.5. Pengujian Hipotesis .....                                                                                                                                                                        | 101        |
| 4.6. Pembahasan .....                                                                                                                                                                                 | 103        |
| 4.3.1 <i>Service Quality</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang<br>di Swalayan Syamsuna Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun .....                                                          | 103        |
| 4.3.2 <i>Sales Promotion</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang<br>di Swalayan Syamsuna Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun .....                                                          | 106        |
| 4.3.3 Variasi Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang<br>di Swalayan Syamsuna Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun .....                                                                  | 109        |
| 4.3.4 <i>Service Quality, Sales Promotion</i> , dan Variasi Produk Secara<br>Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Swalayan<br>Syamsuna Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun ..... | 111        |
| <b>BAB V .....</b>                                                                                                                                                                                    | <b>116</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                                                                                                     | <b>116</b> |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                                                                                                                 | 116        |
| 5.2. Saran .....                                                                                                                                                                                      | 117        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                                                            | <b>119</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                                                                                 | <b>124</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1 Data Penjualan Swalayan Syamsuna (Hasil Observasi) .....  | 4   |
| Tabel 2 Penelitian Terdahulu .....                                | 47  |
| Tabel 3 Definisi Operasional Variabel .....                       | 62  |
| Tabel 4 Indikator dan Instrumen .....                             | 64  |
| Tabel 5 Data Produk Yang Dijual di Syamsuna Swalayan Madiun ..... | 77  |
| Tabel 6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....          | 78  |
| Tabel 7 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                   | 78  |
| Tabel 8 Average Variance Extracted .....                          | 84  |
| Tabel 9 Nilai Outer Loading .....                                 | 86  |
| Tabel 10 Nilai Fornell – Larcker .....                            | 88  |
| Tabel 11 Nilai Cross Loading .....                                | 90  |
| Tabel 12 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....   | 93  |
| Tabel 13 Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....                           | 96  |
| Tabel 14 F-Square ( $R^2$ ) .....                                 | 98  |
| Tabel 15 Nilai Direct Effect .....                                | 99  |
| Tabel 16 Hasil Pengujian Hipotesis .....                          | 101 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 Diagram Konseptual Teori Bauran Pemasaran..... | 12 |
| Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian.....            | 50 |
| Gambar 3 Skema Model Partial LeastS quare .....         | 83 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian.....               | 124 |
| Lampiran 2 Output Frekuensi Karakteristik Responden ..... | 127 |
| Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden.....           | 128 |
| Lampiran 4 Hasil Olah Data Smart PLS 3 .....              | 132 |
| Lampiran 5 Dokumentasi .....                              | 135 |
| Lampiran 6 Loa Artikel .....                              | 137 |
| Lampiran 7 Berita Acara .....                             | 138 |
| Lampiran 8 Surat Keterangan Cek Plagiasi.....             | 140 |

