



**PENGARUH PROMOSI, TARIF DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

**(Studi pada Pengunjung Taman Bermain *Plaplay Indoor Theme Park* Kota
Semarang)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Theo Dora Sinta Arum Jati

14020215130127

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Theo Dora Sinta Arum Jati

NIM : 14020215130127

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen : Ilmu Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan
Berkunjung (Studi pada Pengunjung Taman Bermain *Plaplay Indoor Theme
Park Kota Semarang*)**

Adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Maret 2020

Pembuat Pernyataan,

Theo Dora Sinta Arum Jati
14020215130127

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Taman Bermain *Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang*)**

Nama Penyusun : Theo Dora Sinta Arum Jati

Departemen : Ilmu Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, Maret 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, M. T. P

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 196408271990011001

NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing:


1. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si



(.....)

Dosen Penguji:

1. Robetmi Jumpakita P., S.AB, MBA



(.....)

2. Dinalestari P.,SE, M.Si, Akt



(.....)

3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si



(.....)

MOTTO

“Everything is Awesome”

(The Lego Movie)

“The world's full of lonely people afraid to make the first move.”

(Tony Lip, Green Book Movie)

“Be quite to listen, slow to speak, and slow to become angry”

(James 1:19)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu tercinta, yang selalu memberikan dukungan, semangat dan memberi penghiburan selama proses mengerjakan skripsi. Love you Ibu.
2. Bapak tersayang, yang selalu percaya, mengerti, mendampingi dan memberi semangat serta dukungan moral dan material selama saya kuliah.
3. Kedua kakak saya, yaitu Mas Wisnu dan Mba Dewi yang menjadi teman saya dalam bertumbuh. Terima kasih sudah memberikan keceriaan dalam kondisi apapun. Selalu mengajarkan saya untuk selalu bersyukur dan bersabar.
4. Bejo sekeluarga, terimakasih untuk selalu ada dalam kondisi apapun. Meyakinkan dalam setiap keraguan dan ketakutan.
5. Cemen yaitu Anus, Lia, Mia, Citra. Terima kasih sudah sabar mendengar ketidaksabaran dan kecerobohanku yang mengganggu selama 4 tahun.
6. Dosen pembimbing, kakak, serta kawan-kawan Yosep, Fadia, Nina, Anus, Mia, Mba Dewi, dan semua orang yang telah mengajarkan saya secara langsung tentang pengerjaan skripsi, dan selalu membimbing saya dengan sabar walaupun saya tidak cepat tanggap.
7. Teman senasib sepenanggungan selama di UKM Menembak yang selalu menemani dalam suka dan duka selama 4 tahun.
8. Citra Sekar Timurti, kawan seataapku selama hamper 3 tahun yang domba berbulu serigala.
9. Teman-teman Administrasi Bisnis 2015. *Good luck!*
10. Tetangga, teman, saudara, musuh, saingan, seluruh makhluk di alam semesta ini yang pernah saya kenal atau pernah saya jumpai

Pengaruh Promosi, Tarif, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Taman Bermain Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang)

ABSTRAK

Keputusan berkunjung sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan *Plaplay Indoor Theme Park* di Kota Semarang dalam menghadapi persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi, tarif, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pengunjung *Plaplay Indoor Theme Park*. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe *eksplanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *insidental nonprobability sampling*. Pengumpulan data menggunakan 14 kuesioner dan 86 *google form* dengan skala pengukuran likert. Data di analisis menggunakan *SPSS 21.0 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung (4,70) > t tabel (1,6606), terdapat pengaruh tarif terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung (6,081) > t tabel (1,6606), terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai t hitung (9,266) > t tabel (1,6606), dan terdapat pengaruh promosi, tarif dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai F hitung (41,137) > F tabel (3,09). Saran dalam penelitian ini adalah pemanfaatan media Youtube dan Instagram untuk iklan dengan materi bernuansa anak muda, frekuensi ditingkatkan dan durasi singkat. Promosi penjualan menjelang dan saat hari libur ditingkatkan. Penanda arah ke lokasi taman bermain dan fasilitas penunjang diperjelas. Kualitas layanan informasi dan ketepatan waktu pemrosesan pembelian tiket ditingkatkan, serta jumlah petugas kebersihan di tambah. Dengan ditingkatkannya kualitas pelayanan diatas diharapkan tarif yang diberlakukan oleh Plaplay dapat dirasa lebih memadai.

Kata kunci : Promosi, Tarif, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

The Effect of Promotion, Tariff, and Service Quality to Visiting Decision (Study in Visitor of Plaplay Indoor Theme Park Semarang)

ABSTRACT

The decision to visit as a benchmark to find out the extent of the success of Plaplay Indoor Theme Park in Semarang City in the face of intense competition. This study aims to determine how the effect of promotion, tariff, and service quality on the decision of visiting to the Plaplay Indoor Theme Park. The type of research used is explanatory research with a sample size of 100 respondents using incidental nonprobability sampling techniques. Data collection using 14 questionnaires and 86 respondents of Google form with a Likert measurement scale. Data were analyzed using SPSS 21.0 for Windows. The results showed there was a promotion effect on the decision to visit with the value of t arithmetic (4.70) > t table (1.984), there was an effect of tariff on the decision of visiting with a value of t arithmetic (6.081) > t table (1.984), there was an influence of service quality on the decision visited with the value of t arithmetic (9,266) > t table (1,6606), and there was an influence of promotion, tariff and quality of service on the decision to visit with a calculated F value (41,137) > F table (3.09). Suggestions in this research are the use of Youtube and Instagram media for advertisements with youth nuanced material, increased frequency and short duration. Sales promotions ahead of and during holidays are increased. Directions to the location of the playground and supporting facilities are clarified. The quality of information services and the timeliness of processing ticket purchases are improved, and the number of janitors is added. By improving the quality of services above, it is expected that the tariffs imposed by Plaplay can be felt to be more adequate.

Keywords: Promotion, Tariff, Service Quality, Visiting Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang telah memberikan berkat dan penyertaan-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Taman Bermain *Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang*)”** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Penulis mengucapkan rasa terimakasih atas segenap bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi ini hingga selesai. Secara khusus rasa terimakasih tersebut penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M. T. P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas tenaga, pikiran dan waktu yang diberikan selama pembuatan skripsi ini.
4. Robetmi Jumpakita Pinem, S.AB, MBA selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan arahan untuk penulis.
5. Dinalestari P.,SE, M.Si, Akt selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran yang membangun untuk penulis.
6. Seluruh dosen pengajar Administrasi Bisnis yang telah menyalurkan ilmu dan memperkaya pengetahuan penulis.
7. Pemilik *Plaplay Indoor Theme Park* Kota Semarang yang telah bersedia memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
8. Pengunjung *Plaplay Indoor Theme Park* Kota Semarang yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam rangka pengumpulan data untuk skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, Maret 2020

Theo Dora Sinta Arum Jati
NIM. 14020215130127

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Teori.....	10
1.5.1. Pemasaran.....	10
1.5.2. Jasa.....	12
1.5.3. Pariwisata.....	20
1.5.4. Promosi.....	22
1.5.5. Tarif.....	28
1.5.6. Kualitas Pelayanan.....	31
1.5.7. Keputusan Berkunjung.....	35
1.5.8. Penelitian Terdahulu.....	43
1.5.9. Pengaruh Antar Variabel.....	44
1.6. Hipotesis.....	48
1.7. Definisi Konseptual.....	49
1.8. Definisi Operasional.....	51
1.9. Metoda Penelitian.....	55
1.9.1. Tipe Penelitian.....	55

1.9.2.	Populasi dan Sampel	56
1.9.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	57
1.9.4.	Jenis dan Sumber Data	58
1.9.5.	Skala Pengukuran.....	59
1.9.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	59
1.9.7.	Instrumen Penelitian.....	61
1.9.8.	Teknik Pengolahan Data	63
1.9.9.	Teknik Analisis Data.....	64
1.9.10.	Pengujian Hipotesis.....	69
BAB II	72
2.1.	Gambaran Umum <i>Plaplay Indoor Theme Park</i> Kota Semarang.....	72
2.2.	Identitas Responden	96
BAB III	100
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
3.1.1	Uji Validitas.....	101
3.1.2	Uji Reliabilitas	107
3.2	Analisis Deskripsi Variabel.....	108
3.2.1	Variabel Promosi.....	108
3.2.2	Variabel Tarif	120
3.2.2.1	Persepsi Responden Mengenai Tarif.....	120
3.2.3	Variabel Kualitas Pelayanan	126
3.2.3.1	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	126
3.2.4	Variabel Keputusan Berkunjung	142
3.2.4.1	Persepsi Responden Mengenai Keputusan Berkunjung.....	142
3.3	Analisis Data	154
3.3.1	Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.....	154
3.3.1.1	Analisis Korelasi Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung	154
3.3.1.2	Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.....	155

3.3.1.3 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.....	156
3.3.1.4 Uji Signifikansi Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung	157
3.3.2 Analisis Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	158
3.3.2.1 Analisis Korelasi Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	158
3.3.2.2 Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung.....	159
3.3.2.3 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung.....	161
3.3.2.4 Uji Signifikansi Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung ..	162
3.3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	162
3.3.3.1 Analisis Korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung.....	164
3.3.3.2 Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung	164
3.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	166
3.3.3.4 Uji Signifikansi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung.....	167
3.3.4 Analisis Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	168
3.3.4.1 Uji Korelasi Linear Berganda Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	168
3.3.4.2 Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh Promosi, Tarif, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung	169
3.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	171
3.3.4.4 Uji Signifikansi Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan (Uji F).....	172
3.4 Pembahasan	174
BAB IV	178

4.1 Kesimpulan	178
4.2 Saran.....	180
DAFTAR PUSTAKA	182
LAMPIRAN.....	184

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung Plaplay Indoor Theme Park Tahun 2016 - 2018.....	5
Tabel 1.2 Skala Likert	59
Tabel 1.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	66
Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden	96
Tabel 2.2 Umur Responden.....	96
Tabel 2.3 Pendidikan Terakhir Responden	97
Tabel 2.4 Pekerjaan Responden	98
Tabel 2.5 Pendapatan Responden	99
Tabel 2.6 Yang Menikmati Wahana	99
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Promosi	102
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Tarif	103
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	104
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung	106
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel.....	107
Tabel 3.6 Frekuensi Pemasangan Iklan <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	110
Tabel 3.7 Isi Iklan <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	111
Tabel 3.8 Kemudahan Memahami Isi Iklan <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	112
Tabel 3.9 Frekuensi Promosi Penjualan oleh <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	113
Tabel 3.10 Diskon yang Ditawarkan oleh <i>Plaplay Indoor Theme Park</i> Menarik	115
Tabel 3.11 Kejelasan dan Kemudahan Persyaratan Diskon yang Ditawarkan ...	116
Tabel 3.12 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Promosi	117
Tabel 3.13 Kategorisasi Variabel Promosi.....	119
Tabel 3.14 Tarif yang Ditawarkan <i>Plaplay Indoor Theme Park</i> Terjangkau	120
Tabel 3.15 Penetapan Tarif Sesuai dengan Kualitas Fasilitas Wahana Hiburan	121
Tabel 3.16 Tarif yang Ditawarkan Dibandingkan dengan Jasa Lain Sejenis	122
Tabel 3.17 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Tarif.....	123
Tabel 3.18 Kategorisasi Variabel Tarif.....	125
Tabel 3.19 Kebersihan dan Kerapian Ruangan.....	126
Tabel 3.20 Penataan Interior dan Eksterior Ruangan.....	127
Tabel 3.21 Penampilan Petugas Rapi dan Bersih.....	128
Tabel 3.22 Keamanan Wahana Bermain Terjamin	129
Tabel 3.23 Fasilitas Wahana Bermain Berkualitas Baik.....	130
Tabel 3.24 Pemberian Informasi kepada Konsumen Sudah Jelas.....	131
Tabel 3.25 Kecepatan Pelayanan yang Diberikan oleh Petugas	132
Tabel 3.26 Ketanggapan Petugas pada Kebutuhan Pengunjung	133
Tabel 3.27 Pelayanan Petugas pada Pengunjung Ramah.....	134

Tabel 3.28 Petugas mampu berkomunikasi dengan baik.....	135
Tabel 3.29 Pengetahuan dan Keterampilan Petugas dalam Mengoperasikan Wahana	136
Tabel 3.30 Layanan yang Diberikan Petugas Adil.....	137
Tabel 3.31 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Kualitas Pelayanan	139
Tabel 3.32 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	141
Tabel 3.33 Keberadaan Plaplay Indoor Theme Park dengan Kebutuhan Hiburan	143
Tabel 3.34 Waktu yang Dibutuhkan untuk Memeroleh Informasi tentang Plaplay	144
Tabel 3.35 Waktu yang Dibutuhkan untuk Memutuskan sebagai Pilihan Wisata	145
Tabel 3.36 Pilihan untuk Menjadikan Plaplay sebagai Pilihan Wisata Mendatang	146
Tabel 3.37 Kesiediaan Responden untuk Melakukan Kunjungan	148
Tabel 3.38 Bersedia untuk Merekomendasikan Kepada Orang Lain	149
Tabel 3.39 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Berkunjung	151
Tabel 3.40 Kategorisasi Variabel Keputusan Berkunjung	153
Tabel 3.41 Hasil Korelasi Variabel Promosi dan Keputusan Berkunjung	154
Tabel 3.42 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Promosi terhadap Keputusan Berkunjung	155
Tabel 3.43 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Promosi terhadap Keputusan Berkunjung	156
Tabel 3.44 Hasil Korelasi Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	158
Tabel 3.45 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	159
Tabel 3.46 Koefisien Determinasi Pengaruh Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	161
Tabel 3.47 Hasil Korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	164
Tabel 3.48 Hasil Regresi Linear Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung	165
Tabel 3.49 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	166
Tabel 3.50 Hasil Uji Korelasi Linear Berganda Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	168
Tabel 3.51 Hasil Regresi Linear Berganda Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	169

Tabel 3.52 Hasil Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	171
Tabel 3.53 Hasil Uji F Promosi, Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis	48
Gambar 1.2 Kurva Hasil Uji t (one tail).....	70
Gambar 1.3 Kurva Uji F.....	71
Gambar 2.1 Logo <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	77
Gambar 2.2 Struktur Organisasi <i>Plaplay Indoor Theme Park</i>	78
Gambar 2.3 Wahana <i>Energy Claw</i>	80
Gambar 2.4 Wahana Pendulum.....	81
Gambar 2.5 Wahana <i>Spiral Jet</i>	82
Gambar 2.6 Wahana <i>Mini Ferris Wheel</i>	83
Gambar 2.7 Wahana <i>Carousel</i>	84
Gambar 2.8 Wahana <i>Jumping Frog</i>	85
Gambar 2.9 Wahana <i>5D Cinema</i>	86
Gambar 2.10 Wahana <i>Tagada Disco</i>	87
Gambar 2.11 Wahana <i>Driving School</i>	88
Gambar 2.12 Wahana <i>Bumber Car</i>	89
Gambar 2.13 Wahana <i>Human Gyroscope</i>	90
Gambar 2.14 Wahana <i>Baby Fun</i>	91
Gambar 2.15 Wahana <i>Coffee Cup</i>	92
Gambar 2.16 Wahana <i>Clip and Climb</i>	93
Gambar 2.17 Wahana <i>Rotating Mini</i>	94
Gambar 2.18 Wahana <i>Mini Bus</i>	95
Gambar 3.1 Kurva Uji t Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.....	158
Gambar 3.2 Kurva Uji t Tarif terhadap Keputusan Berkunjung	162
Gambar 3.3 Kurva Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung ..	168
Gambar 3.4 Kurva Uji F.....	174