



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran  
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>  
 Volume 7 Nomor 3, 2024  
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/05/2024  
 Reviewed : 10/06/2024  
 Accepted : 24/06/2024  
 Published : 25/06/2024

Aryani Sairun<sup>1</sup>  
 Sugito<sup>2</sup>

## PENGARUH LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KONTINIUITAS PEMBELIAN KONSUMEN CV. IBNU AQIL MANDIRI

### Abstrak

Hasil pengamatan peneliti secara umum layanan yang diberikan masih kurang maksimal dan kualitas produk yang dilakukan perusahaan hampir sama tiap tahunnya tanpa adanya gebrakan yang sifatnya menyentuh ke sosial dan masalah konsumen serta kurangnya kedisiplinan dalam menjalankan layanan dan intensitas dalam melakukan kualitas produk. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui apakah ada pengaruh layanan dan kualitas produk terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri baik secara parsial maupun simultan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena banyaknya konsumen yang datang sehingga menggunakan rumus Purba, maka sampel yang diambil adalah 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan berpengaruh terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri, kualitas produk berpengaruh terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri serta layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri.

**Kata Kunci:** Layanan, Kualitas Produk, Kontinuitas Pembelian Konsumen

### Abstract

The observations of researchers in general the services provided are still not optimal and the quality of the products made by the company is almost the same every year without any breakthroughs that touch social and consumer problems as well as lack of discipline in carrying out services and intensity in doing product quality. The purpose of this study was to determine whether there is an influence of service and product quality on consumer purchase continuity at CV. Ibnu Aqil Mandiri both partially and simultaneously. The population in this study is unknown because of the large number of consumers who come so that using the Purba formula, the samples taken were 100 people. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that service affects the continuity of consumer purchases at CV. Ibnu Aqil Mandiri, product quality affects the continuity of consumer purchases at CV. Ibnu Aqil Mandiri product quality and services affect the continuity of consumer purchases at CV. Ibnu Aqil Mandiri.

**Key words:** Product, Price, Location, Consumer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Melihat kondisi sekarang ini di mana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian top manajemen harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Pada umumnya sebuah perusahaan selalu menginginkan program yang sedang atau akan dilaksanakan dapat ditawarkan kepada masyarakat atau konsumen dengan lancar dan menguntungkan baik dari segi finansial maupun jumlahnya, Namun untuk menciptakan suatu pelanggan yang potensial bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat beberapa perubahan

<sup>1</sup> Universitas Battuta

<sup>2</sup> Universitas Medan Area

email: ayanisairun@gmail.com<sup>1</sup>, hadinoto69@yahoo.com<sup>2</sup>

dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan, seperti selera maupun beberapa aspek psikologis sosial dan kultur pelanggan.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menawarkan programnya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi layanan yang diberikan terhadap konsumen. Layanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur layanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu : Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Tangibles.

Masalah layanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem layanan perlu didukung oleh layanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan layanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Seperti diketahui bahwa dunia pendidikan merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan layanan jasa, oleh sebab itu manajemennya harus mampu mengetahui kebutuhan serta keinginan yang mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Dalam hal ini peranan pemasaran jasa menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk pendidikannya. Ini diperketat dengan semakin tingginya persaingan pada industri dunia pendidikan. Untuk dapat bersaing, salah satu strategi pemasaran yang diambil oleh usaha manajemen adalah dengan membuat produk unggulan. Ini tentunya merupakan salah satu strategi yang memberikan keunggulan bagi usaha tersebut agar tetap bertahan.

Dilihat dari sudut pandang intern suatu perusahaan, diperlukan strategi agar dapat bersaing dalam pasar. Untuk itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen, guna mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan produk. Analisis kebutuhan, keinginan, kepuasan konsumen dibutuhkan untuk mengetahui keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi apa yang dibutuhkan konsumen. Karena konsumenlah yang sebenarnya menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan konsumen dalam member layanan bisa menjadi kehancuran suatu perusahaan di masa mendatang. Agar konsumen dapat bertahan maka harus dilakukan tingkat layanan yang optimal bagi konsumen.

Kepergian pelanggan merupakan pertanda bahwa pelanggan melihat suatu aliran nilai yang merosot dari suatu perusahaan. Suatu tingkat kepergian yang meningkat, merupakan suatu pertanda akan adanya pengurangan cash flow dari pelanggan kepada perusahaan (meskipun perusahaan mampu mengganti pelanggan yang hilang), karena untuk mendapatkan pelanggan baru membutuhkan biaya dan pelanggan lama cenderung memberikan cash flow serta keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan pelanggan yang baru.

Selain masalah layanan, maka masalah kualitas produk juga sangat berkaitan terhadap peningkatan kontinuitas pembelian konsumen. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi dewasa ini telah berdampak pada persaingan dalam dunia pendidikan yang semakin ketat. Untuk mencapai tujuannya perusahaan memerlukan berbagai strategi agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan, mengingat pelanggan mencerminkan potensi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas jasa yang dapat diterima,

karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing. Perusahaan juga perlu memantau lingkungannya yang terus berubah secara terus-menerus dan menyesuaikan strategi pemasarannya untuk menjawab tantangan dan peluang-peluang baru. Perkembangan lingkungan dapat menyebabkan perubahan pada kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kotler, Hayes dan Bloom (2012) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya agar kontinuitas pembelian konsumennya meningkat. Pertama, pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada perusahaan. Kedua, biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan dengan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ketiga, pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat, biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima, perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan. Keenam, pelanggan loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Hasil pengamatan peneliti secara umum layanan yang diberikan masih kurang maksimal dan kualitas produk yang dilakukan perusahaan hampir sama tiap tahunnya tanpa adanya gebrakan yang sifatnya menyentuh ke sosial dan masalah konsumen serta kurangnya kedisiplinan dalam menjalankan layanan dan intensitas dalam melakukan kualitas produk. Berdasarkan uraian tersebut, maka judul yang dipilih adalah : "Pengaruh Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kontinuitas pembelian konsumen CV Ibnu Aqil Mandiri".

**METODE**

**Jenis Penelitian**

“Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu kuantitatif asosiatif, merupakan penelitian yang bersifat membuktikan dan menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014:339)”. Pada penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kontinuitas pembelian konsumen CV Ibnu Aqil Mandiri.

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif. Rumus pengambilan sampel yang digunakan yaitu rumus Purba sehingga diperoleh sampel penelitian 100 orang konsumen CV Ibnu Aqil Mandiri.

**Teknik Analisis Data Penelitian**

**Regresi Linear Berganda**

“Pengujian regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen” (Priyatno, 2013:116). Berikut ini dapat disajikan persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Regresi Linier Berganda**

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada tabel 1.

Tabel 1. Koefisien Regresi Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,064	2,124		1,914	,059
Layanan	,304	,086	,329	3,520	,001
Kualitas Produk	,200	,066	,283	3,026	,003

a. Dependent Variable: Kontinuitas Pembelian Konsumen

$$Y = 4,064 + 0,304 X_1 + 0,200 X_2$$

- a. Nilai (a) = 4,064 menyatakan bahwa jika variabel terikat dianggap konstan, maka nilai kontinuitas pembelian konsumen sebanyak 4,064.
- b. Koefisien regresi layanan sebanyak 0,304, menyatakan bahwa setiap penambahan layanan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan kontinuitas pembelian konsumen sebanyak 0,304.
- c. Koefisien regresi kualitas produk sebanyak = 0,200, menyatakan bahwa setiap penambahan kualitas produk sebanyak 1 satuan akan menambah kontinuitas pembelian konsumen sebanyak 0,200.

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Tabel 2. Hasil Uji t  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,064	2,124		1,914	,059
Layanan	,304	,086	,329	3,520	,001
Kualitas Produk	,200	,066	,283	3,026	,003

a. Dependent Variable: Kontinuitas Pembelian Konsumen

Dari data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai t-tabel pada variabel layanan sebesar 3,520 > 1,985, dan nilai signifikan 0,001 < 0,05 yang berarti layanan berpengaruh signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri, sehingga H<sub>1</sub> dapat diterima. Nilai t-tabel pada variabel kualitas produk sebesar 3,026 > 1,985, dan nilai signifikan 0,003 > 0,05 yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri, sehingga H<sub>2</sub> dapat diterima.

**Uji F**

Tabel 3. Hasil Uji F  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220,759	2	110,380	16,196	,000 <sup>a</sup>
	Residual	661,081	97	6,815		
	Total	881,840	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Layanan

b. Dependent Variable: Kontinuitas Pembelian Konsumen

Dari hasil Tabel tersebut di atas, dapat dilihat bahwa nilai F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> (16.196 > 3.09) atau sig F < 5 % (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen.

**Koefisien Determinasi**

Tabel 4. Uji Koefisien Determinan  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,500 <sup>a</sup>	,250	,235	2,61061

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Layanan

b. Dependent Variable: Kontinuitas Pembelian Konsumen

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa kontinuitas pembelian konsumen (Y) dipengaruhi oleh layanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,235. Dari tabel IV.28 di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square 23,5 % berarti bahwa kontinuitas pembelian konsumen mampu menjelaskan variabel layanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 76,5% ditentukan oleh variabel lain di luar variabel penelitian.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Layanan Terhadap Kontinuitas Pembelian Konsumen**

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh hasil bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widagdo (2011). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen membeli komputer. Menurut pandangan, layanan adalah suatu tindakan sukarela dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan hanya sekedar membantu atau adanya permintaan kepada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya secara sukarela. Pelayanan adalah aspek yang tidak bisa disepelekan dalam persaingan bisnis manapun. Karena dengan pelayanan konsumen akan menilai kemudian menimbang apakah selanjutnya dia akan loyal kepada pemberi layanan tersebut. Hingga tak jarang para pebisnis memaksimalkan layanannya untuk menarik konsumen sebesar-besarnya.

#### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kontinuitas Pembelian Konsumen**

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suzy Widyasari dan Erna Triastuti Fifilia (2009). Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Estetika Semarang. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian rumah di Perumahan Graha Estetika Semarang. Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut Angipora (2012 : .26) produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

#### **Pengaruh Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kontinuitas Pembelian Konsumen**

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV. Ibnu Aqil Mandiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiring, Suharyono dan Andriani Kusumawati (2014). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Kepuasan; variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; variabel Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya Restoran McDonald's MT.Haryono Malang terus meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Hal tersebut akan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal. Layanan adalah suatu tindakan sukarela dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan hanya sekedar membantu atau adanya permintaan kepada pihak lain untuk memenuhi kebutuhannya secara sukarela. Pelayanan adalah aspek yang tidak bisa disepelekan dalam persaingan bisnis manapun. Karena dengan pelayanan konsumen akan menilai kemudian menimbang apakah selanjutnya dia akan loyal kepada pemberi layanan tersebut. Hingga tak jarang para pebisnis memaksimalkan layanannya untuk menarik konsumen sebesar-besarnya. Sedangkan produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut Angipora (2012 : .26) produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

## SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri. Secara simultan variabel layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kontinuitas pembelian konsumen pada CV Ibnu Aqil Mandiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Decci PT Raja Grafindo Persada.
- Angipora, Marius P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta Raja Grafindo Persada.
- Inka Janita Sembiring, Suharyono dan Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis. (JAB)*. Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Paramitasari, Fransisca Musay. (2013). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen KFC Kawi Malang). *Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang*.
- Priyatno, Dwi,. (2013). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*., Yogyakarta: MediaKom.
- Purwadarminta. W.J.S. (2016). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai. Pustaka.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suzy, Widyasari dan Triastuti Fifilia, Erna. (2009). Analisis. Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perusahaan Graha Estetika Semarang). *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen Vol 6, No 2 (2009): Tema Vol. 6 Edisi 2 September 2009*.
- Tjiptono Fandy. {2014}. *Pemasaran Jasa, Andi Offset: Yogyakarta*.
- Widagdo, Herry. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE MDP. Forum Bisnis Dan Kewirausahaan. Vol. 1 No. 1. September 2011*.
- Nasution, AA, Harahap, Baginda., & Ritonga, Z. (2022). The Influence Of Product Quality, Promotion And Design On Purchase Decisions For Yamaha Nmax Motor Vehicles SPSS Aplication Based. *International Journal Of Economics (IJEC)*, 1(1), 01-13
- Nasution, AA. (2022) Pengaruh Diversifikasi Dan Iklan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Produk Oli Castrol Bengkel Enduro. *Jurnal Price:Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 21-28.