

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SAMSUNG STORE PTC SURABAYA**



Oleh :

RISKY NINGRUM DAMAYANTI

NBI : 1211600152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

**PENGARUH Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan
Konsumen pada Samsung Store PTC Surabaya**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Risky Ningrum Damayanti

NBI : 1211600152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Risky Ningrum Damayanti

NBI : 1211600152

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi :

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Samsung Store PTC Surabaya

Surabaya, 4 JANUARI, 2020

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal
.....10.....JANUARI.....20.20.....

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. Hari Poernomo, MM. – Ketua : 
2. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM. – Anggota : 
3. Estik Hari Prastiwi, SE., MM – Anggota : 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Risky Ningrum Damayanti
2. NBI : 1211600152
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578016510980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Kebraon II no 5, Karang Pilang, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA SAMSUNG STORE PTC SURABAYA**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 10 Januari 2020

Yang Membuat,



Risky Ningrum Damayanti



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RISKY NINGRUM DAMAYANTI
NBI : 1211600152
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Program Studi : MANAJEMEN
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

PENGARUH BAHAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SAMSUNG STORE PTC SURABAYA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 4 - FEBRUARI - 2020

Yang Menyatakan,



RISKY NINGRUM . P.

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SAMSUNG STORE PTC
SURABAYA**



Oleh :

Risky Ningrum Damayanti

NBI : 1211600152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SAMSUNG STORE PTC
SURABAYA**



Oleh :

Risky Ningrum Damayanti

NBI : 1211600152

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2020

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Risky Ningrum Damayanti

NBI : 1211600152

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi :

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Samsung Store PTC Surabaya

Surabaya,.....,.....,20....

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,

Drs. Ec. Rudy Santoso, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal,20.....

TIM PENGUJI :

1. Drs. Ec. Hari Poernomo, MM. – Ketua : _____

2. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM. – Anggota : _____

3. Estik Hari Prastiwi, SE., MM – Anggota : _____

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,

Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

LEMBAR PENGESAHAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP): Risky Ningrum Damayanti
2. NBI : 1211600152
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578016510980002
6. Alamat Rumah (KTP): Kebraon II no 5. RT02 RW02. KarangPilang.
Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Samsung Store PTC Surabaya

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya,.....,.....,20.....

Yang Membuat,

(_____)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Drs. Ec. Rudy Santoso, MM. Selaku pembimbing saya telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana

Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Drs. Ec. Hari Poernomo, MM. Selaku ketua penguji dan Estik Hari Prastiwi, SE., MM selaku penguji, dalam sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
7. Orangtua dan adek saya tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat tiada henti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Sahabat-sahabat saya yang sudah mendukung dan telah membantu memberikan masukan
9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2016 yang selalu saling mendukung dan membantu dalam proses perkuliahan maupun proses penyelesaian tugas akhir atau skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

Surabaya,,20.....

Penulis

RINGKASAN

Judul skripsi “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Samsung Store PTC Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, promosi, tempat/lokasi, orang, proses, bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen pada Samsung Store PTC Surabaya. Produk (*product*) merupakan unsur pertama dalam bauran pemasaran. Karena produk yang akan dipasarkan tersebut sangat menentukan kedudukan perusahaan di pasar. Harga (*price*) penetapan harga yang tepat dilakukan oleh perusahaan terhadap produknya. Promosi (*promotion*) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan mengacu pada usaha untuk memengaruhi konsumen, untuk dapat menciptakan permintaan atas suatu produk untuk kemudian dipelihara dan dikembangkan. Lokasi (*place*) dalam upaya melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Orang (*people*) yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa. Proses (*Process*) mengacu pada desain dan pengelolaan proses layanan pelanggan, termasuk mengelola permintaan dan kapasitas dan terkait pelanggan yang menunggu. Bentuk fisik (*Physical evidence*) atau lingkungan fisik juga dikenal sebagai *servicescape*, proses pengiriman fasilitas dan memberikan bukti nyata dari gambar dan kualitas layanan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang meliputi Uji F, Uji T, dan Uji Asumsi Klasik.

Pada hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa variabel produk, harga, lokasi dan proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel promosi, orang dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Orang, Proses, Bukti Fisik dan Kepuasan Konsumen

SUMMARY

Thesis title "Effect of Service Marketing Mix on Consumer Satisfaction at Samsung PTC Surabaya Store". This study aims to determine the effect of the marketing mix of services (products, prices, promotions, places / locations, people, processes, physical evidence) on customer satisfaction at the Samsung PTC Surabaya Store. Product (product) is the first element in the marketing mix. Because the product to be marketed will determine the company's position in the market. Price (price) right pricing done by the company for its products. Promotion (promotion) is an activity carried out by a company referring to efforts to influence consumers, to be able to create demand for a product to then be maintained and developed. Location (place) in an effort to expedite the flow of goods and services from producers to consumers. People (people) who interact directly with consumers in providing services. Process (Process) refers to the design and management of customer service processes, including managing requests and capacities and related waiting customers. Physical form (Physical evidence) or physical environment is also known as servicescape, the process of sending facilities and providing tangible evidence of images and service quality.

The data analysis technique used is multiple linear regression which includes the F Test, T Test, and Classical Assumption Test.

The findings of the analysis conclude that product, price, location and process variables significantly influence consumer satisfaction and promotion variables, people and physical evidence do not significantly influence consumer satisfaction.

Keywords: Service Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Location, People, Process, Physical Evidence and Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Perkembangan dunia komunikasi sangat pesat, hal ini dapat menyebabkan perusahaan komunikasi berlomba-lomba menciptakan produk yang semakin canggih agar diminati oleh para konsumen. Perusahaan dapat mempertahankan konsumen dengan cara memberikan kepuasan bagi konsumennya dengan cara melakukan strategi pemasaran salah satunya yaitu bauran pemasaran jasa. Pada Samsung Store PTC Surabaya menerapkan strategi bauran pemasaran untuk menarik konsumen agar membeli produk yang dijualnya. Tujuan penelitian ini untuk membuktikan dan menganalisis variabel bauran pemasaran yang terdiri dari: produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik mempunyai pengaruh secara bersama-sama maupun parsial terhadap kepuasan konsumen yang membeli dan menggunakan produk Samsung Store PTC Surabaya. Populasi pada penelitian ini seluruh pembeli dan menggunakan produk Samsung. Sampel yang digunakan berjumlah 114 responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *Purposive Sampling*. Analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda yang meliputi Uji F, Uji T dan Uji Asumsi Klasik. Pada penelitian ini hasil analisis yang dilakukan secara bersama-sama variabel produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial variabel produk, harga, lokasi, proses memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, variabel promosi, orang dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : bauran pemasaran jasa, kepuasan konsumen

ABSTRACT

The development of the world of communication is very rapid, this can cause communication companies competing to create increasingly sophisticated products that are in demand by consumers. Companies can retain consumers by giving satisfaction to consumers by carrying out marketing strategies, one of which is the service marketing mix. At Samsung PTC Surabaya Store, the marketing mix strategy is to attract consumers to buy the products they sell. The purpose of this study was to prove and analyze the marketing mix variables consisting of: product, price, promotion, location, person, process and physical evidence have a joint or partial influence on the satisfaction of consumers who buy and use Samsung Store PTC Surabaya products. The population in this study is all buyers and use Samsung products. The sample used amounted to 114 respondents who met the specified criteria, this study uses a purposive sampling technique. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression analysis techniques that include the F Test, T Test and Classical Assumption Test. In this study the results of the analysis conducted together with product variables, price, promotion, location, people, processes and physical evidence significantly influence consumer satisfaction. While partially product, price, location, process variables have a positive influence on customer satisfaction, promotion variables, people and physical evidence do not have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: service marketing mix, customer satisfaction

DAFTAR ISI

Cover Luar	i
Cover Dalam.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pengesahan Tim Penguji.....	iv
Lembar Surat Pernyataan Anti Plagiat.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Ringkasan	ix
Summary.....	x
Abstrak	xi
Abstract.....	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xviii
Daftar Gambar	xix
Daftar Lampiran	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5

1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	10
2.1.3 Produk	13
2.1.4 Harga	15
2.1.5 Promosi	16
2.1.6 Lokasi	18
2.1.7 Orang	19
2.1.8 Proses.....	20
2.1.9 Bukti Fisik	21
2.1.10 Kepuasan Konsumen	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Tempat dan Waktu	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.3.1 Data Kuantitatif	31
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel	33
3.5 Teknik Penarikan Sampel	34
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	34
3.6.1 Definisi Variabel	34
3.6.2 Definisi Operasional	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	36
3.8 Proses Pengolahan Data	37
3.9 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	37
3.9.1 Uji Prasyarat Analisis / Uji Instrumen	38
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	38

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.9.4 Koefisien Determinasi (R ²)	40
3.9.5 Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
4.1.1 Visi dan Misi perusahaan	44
4.1.1.1 Visi	44
4.1.1.2 Misi	44
4.1.2 Struktur Organisasi	44
4.1.3 Jadwal dan Tugas Kerja Karyawan	45
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Respondenn.....	46
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	46
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan.....	48
4.2.5 Deskripsi Berdasarkan Pemakaian	49
4.3 Pengujian	49
4.3.1 Uji Validitas	49

4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.3.3 Uji Multikolinieritas.....	52
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.3.5 Uji Normalitas	54
4.3.6 Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda	55
4.3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.6.2 Koefisien Determinasi	57
4.3.7 Pengujian Hipotesis	58
4.3.7.1 Uji Signifikansi Simultan	58
4.3.7.2 Uji Signifikansi Parsial	59
4.4 Pembahasan	60
4.5 Implikasi	63
4.6 Keterbatasan Penelitian	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	66
Daftar Pustaka	67
Lampiran	70

DAFTAR TABEL

1.1 Marketshare Smartphone Android di Indonesia Tahun 2016-2017	2
3.1 Skala Penilaian Pernyataan	32
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.2. Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian	48
4.5 Hasil Uji Validitas	49
4.6 Hasil Uji Reliabilitas	51
4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	52
4.8 Hasil Uji Normalitas	54
4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.10 Hasil Koefisien Determinasi	57
4.11 Hasil Uji F	58
4.12 Hasil Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

2.3 Kerangka Konseptual	28
4.1 Logo Perusahaan	44
4.2 Struktur Oragnisasi	45
4.3 Uji Heteroskedastisitas Scatteplot.....	53
4.4 Histogram Uji Normalitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	74
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	80
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
Lampiran 6 Data Responden.....	86
Rekap Jawaban Responden Produk	87
Rekap Jawaban Responden Harga.....	87
Rekap Jawaban Responden Promosi	87
Rekap Jawaban Responden Lokasi	93
Rekap Jawaban Responden Orang	93
Rekap Jawaban Responden Proses	93
Rekap Jawaban Responden Bukti Fisik	95
Rekap Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	95