

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP PENJUALAN PADA WARUNG MAKAN MIE AYAM CIREBON KOTA SAMARINDA

Rini Rabiatal Adawiyah¹, Heriyanto², Nurfitriani³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : riniadawiyah725@gmail.com

Keywords :

ABSTRACT

Product Quality, Location, Price, Sales

This study aims to determine and analyze (1) the effect of product quality on sales at Cirebon Chicken Noodle Restaurant in Samarinda City, (2) the effect of location on sales at Cirebon Chicken Noodle Restaurant in Samarinda City, (3) the effect of price on sales at Cirebon Chicken Noodle Restaurant in Samarinda City, (4) the effect of product quality, location, and price on sales at Cirebon Chicken Noodle Restaurant in Samarinda City. The theoretical basis in this study includes product quality, location and price on sales.

The method used in this study was to distribute questionnaires using google form with a total of 120 respondents, which were measured using the Likert scale method with the object of research of people living in Samarinda who had made purchases at the Cirebon Chicken Noodle Restaurant in Samarinda more than once. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the use of the SPSS version 25 statistical program.

The results of data analysis in this study, it can be concluded that (1) Product Quality Variables have a positive and significant effect on Sales at Cirebon chicken noodle food stalls in Samarinda, with a significance value of $0.000 < 0.05$. (2) The Location variable has a positive and significant effect on sales at the Cirebon chicken noodle shop in Samarinda, with a significance value of $0.001 < 0.05$. (3) The Price variable has a positive and significant effect on sales at the Cirebon chicken noodle food stall in Samarinda, with a significance value of $0.000 < 0.05$, (4) Product quality, location, and price variables simultaneously affect sales at the Cirebon chicken noodle food stall in Samarinda City with a presentation of 70.6%, while the remaining 29.4% is influenced by other variables.

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia saat ini dinilai cukup menjanjikan, karena setiap kuliner yang ditawarkan merupakan kebutuhan dasar setiap manusia dan menjadikan bisnis kuliner ini berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya kuliner makanan pada saat ini membuat persaingan bisnis di dunia kuliner menjadi sangat ketat, tidak terkecuali juga kota Samarinda yang berada di provinsi Kalimantan Timur juga salah satu tempat bisnis kuliner.

Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda merupakan salah satu usaha ritel yang dikenal di kalangan masyarakat khususnya Kota Samarinda dan juga para pendatang

yang sudah mengetahui Warung Makan Cirebon Samarinda. Warung Makan mie ayam Cirebon ini menawarkan beragam varian mie ayam yang sesuai dengan selera konsumen selain itu ada bakso Cirebon juga yang ditawarkan di Warung Makan ini.

Kualitas produk juga sangat berpengaruh terhadap makanan salah satunya produk di Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda yang bagus dikarenakan bahan-bahan yang digunakan sangat berkualitas. Menurut Maramis (2018:18): “Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsi, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lain”.

Lokasi juga sangat berpengaruh salah satunya berpengaruh terhadap penjualan dikarenakan jika lokasinya sudah strategis tetapi tempat Warung Makannya kurang besar dan membuat pelanggan merasa tidak nyaman. Menurut Tjiptono (2015:345): “Lokasi mengacu pada aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan memudahkan penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.”

Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas makanan dan pelayanan yang ditawarkan, baik dalam segi kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap penjualan karena harga dapat mempengaruhi penjualan untuk menarik perhatian calon konsumen. Harga menurut Kotler dan Keller (2016:115): “Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proposal nilai suatu produk”.

Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Penjualan menurut Swastha Basu (2019:8-10): “Penjualan adalah ilmu seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang jasa yang ditawarkan”. Di Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda menyediakan berbagai macam produk makanan dan minuman yang layak dan nyaman untuk dikonsumsi dan dijual dengan menggunakan sistem promosi. Promosi merupakan suatu aktivitas dengan memperkenalkan berbagai macam nilai dari suatu produk kepada calon konsumen, sehingga calon konsumen dapat mengetahui produk tersebut untuk mempertimbangkan pembelian mereka, maka dari itu penjualan di Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda semakin meningkat setiap harinya.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dan diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Harga Terhadap Penjualan Pada Warung Makan Mie Ayam Cirebon Kota Samarinda”**.

METODE

Jangkauan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada periode 2023 yang dibatasi pada masalah kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap penjualan di Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda, penelitian ini dilakukan pada pelanggan Warung Makan yang berada di kota Samarinda.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik ini teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian perpustakaan (*Library Research*), yaitu mengumpulkan data atau informasi dengan membaca literature-literature dengan catatan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu: infomasi melalui sumber buku, internet, jurnal dan sumber data lain yang menjadi acuan terhadap apa yang ada dilapangan.
2. Penelitian lapangan (*Field Work Research*), yaitu mode penelitian yang dilaksanakan secara langsung kepada objek penelitian utnuk memperoleh data yang akurat digunakan metode pengumpulan data yang tepat, adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu : Teknik kuesioner (Daftar Pertanyaan) dan ada juga teknik wawancara.

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Eddy Soegiarto (2018:42) adalah seluruh individu objek yang akan diteliti atau populasi adalah kumpulan objek mengenai sesuatu persoalan keseluruhan. Sedangkan sampel menurut Eddy Soegiarto (2018:42) adalah suatu proses pengambilan sampel (contoh) atau bagian dari populasi yang dapat mewakili karakteristik populasi tersebut.

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* tepatnya *puporsive sampling*, yang dimana teknik penentuan sampelnya berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangannya untuk menjadi responden sebagai berikut:

1. Responden merupakan seorang pekerja, pelajar, ibu rumah tangga dll.
2. Responden bertempat tinggal di area Samarinda.
3. Responden pernah makan di Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda lebih dari satu kali.

Menurut sumber dari pernyataan yang diungkapkan Hair et al (2019:132), “Cara untuk menentukan sampel yakni bila jumlah populasi sangat besar serta tanpa diketahui secara pasti berapa totalnya, maka saran ukuran sampel pada analisis regresi yakni tergantung pada total indikator penelitian dikalikan 5 hingga 10”. Maka perhitungan banyaknya sampel pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus diatas menggunakan sampel sebesar 120 responden.

Alat Analisis

Uji Instrumen

Uji Validitas menurut Imam Ghozali (2016:52): Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner.

Uji Reliabilitas menurut Imam Ghozali (2016:47): Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikatoe dari variabel atau kontruksi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas menurut Imam Ghozali (2016:154): uji normalitas digunakan untuk

menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau rasidual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji Linieritas menurut Imam Ghozali (2016:159): uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.

Uji Multikolinieritas menurut Imam Ghozali (2016:103): uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Uji Heteroskedastisitas menurut Imam Ghozali (2016:134): uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain.

Uji Autokorelasi menurut Imam Ghozali (2016:107) uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan pengganggu periode t sebelumnya.

Regresi Linier Berganda

Menurut Sujarweni (2015:160), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan penelitian terhadap tingkat kemiskinan. Analisis regresi linear berganda ini digunakan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh kualitas produk (X1) lokasi (X2), dan harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu penjualan (Y) di warung makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Penjualan adalah variabel dependen (variabel terikat)

X₁: Pengaruh kualitas produk adalah variabel independen (variabel bebas)

X₂ : Lokasi adalah variabel independen (variabel bebas)

X₃ : Harga adalah variabel independen (variabel bebas)

a : Konstanta adalah suatu nilai tetap berlawanan dengan variabel yang berubah-ubah.

b₁, b₂ : Bilangan yang memuat masing-masing dari variabel yang berubah-ubah.

E : Error (kesalahan).

Pengujian Hipotesis

Hipotesis diterima apabila variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada warung makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Dan sebaliknya hipotesis ditolak apabila variabel tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan.

1. Uji T (parsial)

Menurut Imam Ghozali (2016:97) Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji F (simultan)

Menurut Imam Ghozali (2016:96) Uji f merupakan uji signifikan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Imam Ghozali (2016:95) Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) digunakan³ untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (bebas) mempengaruhi variabel dependen (terikat).

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.228	.708		1.735	.085
	Kualitas Produk	.292	.074	.295	3.931	.000
	Lokasi	.300	.084	.301	3.567	.001
	Harga	.318	.080	.335	3.966	.000

(Sumber : Data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 1 diperoleh persamaan regresi kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) terhadap penjualan (Y) adalah sebagai berikut :

1. Konstanta (a)
Nilai konstanta a bernilai 1,228 yang memiliki arti bahwa penjualan akan konstan karena peningkatan kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), dan harga (X_3) dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan terhadap penjualan.
2. Pengaruh Kualitas Produk X_1 terhadap penjualan Y $b_1 = 0,292$
Berdasarkan tabel 1 menyatakan bahwa variabel kualitas produk X_1 terhadap penjualan Y berpengaruh positif dan signifikan, sehingga jika terjadi peningkatan pada kualitas produk, maka penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda akan meningkat sebesar 0,292.
3. Pengaruh Lokasi X_2 terhadap penjualan Y $b_2 = 0,300$
Berdasarkan tabel 1 menyatakan bahwa variabel lokasi X_2 terhadap penjualan Y berpengaruh positif dan signifikan, sehingga jika terjadi peningkatan pada lokasi, maka penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda akan meningkat sebesar 0,300.
4. Pengaruh Harga X_3 terhadap penjualan Y $b_3 = 0,318$
Berdasarkan tabel 1 menyatakan bahwa variabel harga X_1 terhadap penjualan Y berpengaruh positif dan signifikan, sehingga jika terjadi peningkatan pada harga, maka penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda akan meningkat sebesar 0,318.

Uji T

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Tabel 2. Uji T (parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.228	.708		1.735	.085
	Kualitas Produk	.292	.074	.295	3.931	.000
	Lokasi	.300	.084	.301	3.567	.001
	Harga	.318	.080	.335	3.966	.000

(Sumber : Data diolah 2023)

Disimpulkan bahwa :

Berdasarkan tabel 2 hasil dapat diperoleh bahwa variabel kualitas produk (X_1) dengan nilai t_{hitung} 3,931 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel 2 hasil dapat diperoleh bahwa variabel kualitas lokasi (X_2) dengan nilai t_{hitung} 3,567 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) sehingga hipotesis diterima.

Berdasarkan tabel 2 hasil dapat diperoleh bahwa variabel harga (X_3) dengan nilai t_{hitung} 3,966 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan (Y) sehingga hipotesis diterima.

Hasil Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Tabel 3. Hasil uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175.133	3	58.378	92.944	.000 ^b
	Residual	72.859	116	.628		
	Total	247.992	119			

(Sumber : Data diolah 2023)

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} 92,944 lebih besar dari nilai f_{tabel} 2,68 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdaapt pengaruh positif dan signifikan secara simultan pada variabel kualitas produk X_1 , lokasi X_2 , dan harga X_3 terhadap penjualan Y.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa jauh kontribusi antara variabel bebas dalam model regresi mampu dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.706	.699	.793

(Sumber : Data diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4 dapat diperoleh nilai R sebesar 0,840 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara kualitas produk, lokasi, dan harga terhadap penjualan karena nilai R mendekati 1, kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,706 jika dipresentasikan 70,6% sedangkan 29,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

1. Variabel Kualitas Produk (X_1) : Berdasarkan tabel 2 pada uji t (parsial) mendapatkan hasil nilai t_{hitung} 3,931 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
2. Variabel Lokasi (X_2) : Berdasarkan tabel 2 pada uji t (parsial) mendapatkan hasil nilai t_{hitung} 3,567 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang berarti variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
3. Variabel Harga (X_3) : Berdasarkan tabel 2 pada uji t (parsial) mendapatkan hasil dengan nilai t_{hitung} 3,966 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,98063 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.
4. Variabel Kualitas Produk (X_1), Lokasi (X_2), dan Harga (X_3) : Berdasarkan tabel 3 pada uji f (simultan) mendapatkan hasil dengan nilai f_{hitung} 92,944 lebih besar dari nilai f_{tabel} 2,68 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa variabel kualitas produk, lokasi, dan harga memiliki pengaruh bersama sama terhadap penjualan Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Diperoleh hasil bahwa kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda, Hal ini berarti bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh penting dalam pencapaian target penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Sehingga **Hipotesis diterima**.
2. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Hal ini berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh penting dalam pencapaian target penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. sehingga **Hipotesis diterima**.
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Hal ini berarti bahwa harga mempunyai pengaruh penting dalam pencapaian target penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Sehingga **Hipotesis diterima**.
4. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa kuesioner variabel kualitas produk, lokasi dan harga secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Sehingga **Hipotesis diterima**.

Saran

1. Berdasarkan penelitian pada variabel kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda. Artinya ketiga variabel tersebut harus dipertahankan serta ditingkatkan agar pencapaian target penjualan terus meningkat, dengan pengaruh ketiga variabel tersebut diharapkan pemilik juga bisa memberikan tempat yang nyaman agar pelanggan yang

- datang juga merasa nyaman agar bisa meningkatkan target penjualan serta bisa bersaing dengan pedagang lainnya.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa melengkapi kekurangan yang ada di dalam penelitian ini agar dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lainnya yang dapat berpengaruh terhadap penjualan pada Warung Makan mie ayam Cirebon Kota Samarinda.

REFERENCES

- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F. Jr. et.al. 2019. *Multivariate Data Analysis*. Eighth Edition. New Jersey : Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 jilid 1&2. Jakarta: PT. Indeks.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1658-1667.
- Sujarweni, V. Wiratama. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Soegiarto, Eddy. 2018. *Metodologi Penelitian Dan Penulisan Ilmiah*. Jakarta: INDOCAMP
- Swastha, Basu. 2019. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty