

**PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
AUTO 2000 PLAJU PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh:

DRAHMANTO WIJAYA

NPM. 2001110213

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**


2024


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : DRAHMANTO WJAYA
Nomor Pokok/NPM : 2001110213
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pelanggan, Lokasi dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Auto 2000
Plaju Palembang

Pembimbing Skripsi :


Tanggal 09-09-2024 Pembimbing I :  Amrillah Azrin, SE., MM
NIDN: 0203026201

Tanggal 09-09-2024 Pembimbing II :  Herman Efriзал, SE., MM
NIDN: 0202066602

Mengetahui,

Dekan




Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN : 0205026401

Tanggal : 09-09-2024

Ketua Program Studi


Mariyam Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301

Tanggal : 09-09-2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Drahmanto Wijaya
Nomor Pokok/NIM : 2001110213
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pelanggan, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Plaju Palembang.

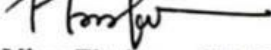
Penguji Skripsi:

Tanggal: 04-04-2024 Kctua Penguji:  Amrillah Azrin., SE M.M

NIDN: 0203026201

Tanggal: 04-04-2024 Penguji I:  Herman Efrizal., SE M.M

NIDN: 0202066602

Tanggal: 04-04-2024 Penguji II:  Hj. Nina Fitriana, SE, M.Si

NIDN: 0220086501

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

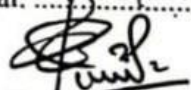
Tanggal: 04-04-2024


Dr. Msy. Mikial, SE.M.Si.Ak.CA.CSRS

NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal: 04-04-2024


Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN: 0222096301



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drahmanto Wijaya

Nomor pokok/ NPM : 2001110213

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah tertulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2024



Drahmanto Wijaya

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan. "Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan".

(QS. Al Insyirah :5-6)

Kupersembahkan Kepada :

- Kepada diriku sendiri
- Ayah dan Ibu tercinta
- Para pendidiku yang kuhormati

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-nya beserta Nabi kita Muhammad SAW. Sehingga saya dapat menyelesaikan tugas skripsi saya yang berjudul **PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AUTO 2000 PLAJU PALEMBANG** ini tepat pada waktunya.

Selama proses penelitian skripsi ini, saya mendapatkan bantuan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan hal ini tersebut, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Edizal, AE, MS selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak.CA. CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Tridianti.
4. Bapak Amrillah Azrin, S.E., MM selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memotivasi saya sehingga proposal skripsi dapat diselesaikan.
5. Bapak Herman Efrizal, S.E., MM selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak David Sumarjono selaku Kepala Bengkel beserta staf terkait yang telah bersedia memberikan data.
7. Kedua Orang Tua Saya, saudara-saudara saya, beserta sahabat-sahabat saya yang telah banyak membantu dan mendukung saya selama saya menjalani kuliah di kampus ini terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun akan saya tunggu demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga amal baik Bapak dan ibu mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Aamiinn

Palembang, Februari 2024

Drahmanto Wijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<u>KATA PENGANTAR.....</u>	<u>v</u>
<u>DAFTAR ISI.....</u>	<u>vii</u>
DAFTAR TABEL	xi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>xiii</u>
<u>ABSTRAK</u>	<u>xiv</u>
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
Kajian Teori	7
Pengertian Manajemen Pemasaran	7
Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
Persepsi Pelanggan.....	8
Pengertian Persepsi Pelanggan	8
Faktor-Faktor Mempengaruhi Persepsi	9
Jenis-Jenis Persepsi Pelanggan.....	9
Indikator Persepsi Pelanggan.....	0

Lokasi.....	11
Pengertian Lokasi.....	11
Indikator Lokasi.....	11
Karakteristik Lokasi.....	12
Faktor dalam Memilih Lokasi.....	13
Kualitas Pelayanan.....	13
Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan .	17
Kepuasan Pelanggan.....	19
Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	19
Indikator Kepuasan Pelanggan.....	21
Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
Penelitian Lain Yang Relevan.....	24
Kerangka Berpikir.....	25
Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1 Tempat Penelitian.....	27
3.1.2 Waktu Penelitian.....	27
3.2.Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3 Populasi dan Sample.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	29

3.4 Rancangan Penelitian	29
3.5 Variable dan Definisi Operasional	29
3.5.1 Variable	29
3.5.2 Definisi Operasional	30
3.6 Instrumen Penelitian.....	32
3.6.1 Uji Instrumen.....	33
3.6.1.1 Uji Validitas	33
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Normalitas	34
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.2.1 Uji Multikolinearitas	34
3.7.2.2 Uji Heteroskedastitas	35
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.4 Uji Hipotesis.....	36
3.7.4.1 Uji F	38
3.7.4.2 Uji T	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Singkat Auto 2000	41
4.1.2 Visi, Misi dan Niali	42
4.1.3 Aktivitas Auto 2000.....	43
4.1.4 Struktur Organisasi Auto 2000	44
4.1.5 Responden.....	58

4.2 Pembahasan dan Interpretasi	60
4.2.1 Hasil Uji Validitas	60
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.3.1 Uji Normalitas	65
4.3.2 Uji Multikolinearitas	66
4.3.3 Uji Heteroskedastitas	66
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	70
1. Uji Stimulus (Uji F).....	70
2. Uji Parsial (Uji t)	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Pelanggan Servis Auto 2000 Plaju Palembang	4
Tabel 2 Peneliti Terdahulu Yang Relevan	24
Tabel 3 Divisi Operasional Variable Persepsi Pelanggan	30
Tabel 4 Divisi Operasional Variable Lokasi	31
Tabel 5 Divisi Operasional Variable Kualitas Pelayanan	31
Tabel 6 Divisi Operasional Variable Kepuasan Pelanggan.....	32
Tabel 7 Skala Pengukuran.....	32
Tabel 8 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 9 Karakteristik Konsumen berdasarkan Umur	59
Tabel 10 Karakteristik Konsumen berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Persepsi Pelanggan	60
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Lokasi	61
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	61
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan	62
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Lokasi	63
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	64
Tabel 17 Hasil Uji Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 20 Hasil Uji Heteroskedastitas	67

Tabel 21 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	68
Tabel 22 Hasil Uji Koefisien Determinas	70
Tabel 23 Hasil Uji F	70
Tabel 24 Hasil Uji T	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	45

ABSTRAK

DRAHMANTO WIJAYA. Pengaruh Persepsi Pelanggan, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Plaju Palembang.(Dibawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin, S.E., MM dan Bapak Herman Efrizal, S.E., MM)

Pada dasarnya, skripsi ini membahas pengaruh persepsi pelanggan, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Plaju Palembang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh dari persepsi pelanggan, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : *Pertama*, dilihat dari pengaruh persepsi pelanggan di Auto 2000 Plaju sudah optimal, hal ini disebabkan karena para karyawan Auto 2000 sudah melakukan pekerjaan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan diterima baik oleh Masyarakat; *kedua*, lokasi dinilai sudah baik oleh para pelanggan, hal ini dikarenakan lokasi Auto 2000 sangat strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen; *ketiga*, kualitas pelayanan dinilai sudah baik oleh pelanggan karena responden telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Penelitian ini dimasa yang akan datang disarankan agar Auto 2000 Plaju dapat lebih meningkatkan lagi faktor-faktor pendukung lainnya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

***Kata Kunci* : Persepsi Pelanggan, Lokasi, kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

ABSTRACT

DRAHMANTO WIJAYA. The Influence of Customer Perception, Location and Service Quality on Customer Satisfaction Auto 2000 Plaju Palembang. (Under the guidance of Mr. Amrillah Azrin, S.E., MM and Mr. Herman Efrizal, S.E., MM). Basically, this thesis discusses the influence of customer perception, location and service quality on customer satisfaction Auto 2000 Plaju Palembang. The purpose of this study is to determine the influence of customer perception, location and service quality on customer satisfaction at Auto 2000 Plaju Palembang. The results of this study are as follows: First, judging from the influence of customer perception in Auto 2000 Plaju is optimal, this is because Auto 2000 employees have done a good job in accordance with the provisions set by the company and are well received by the community; second, the location is considered good by customers, this is because the location of Auto 2000 is very strategic and easy to reach by consumers; Third, Service Quality Considered good by customers because respondents have been satisfied with the services provided. This research in the future suggested that Auto 2000 Plaju can further improve other supporting factors in order to increase customer satisfaction

***Keywords* : Customer Perception, Location, Service quality, Customer Satisfaction.**

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang mempunyai arti penting didalam dunia usaha, dengan zaman yang semakin berkembang dan media teknologi yang semakin canggih dalam berbagai bidang menuntut setiap orang maupun perusahaan untuk selalu berkompetisi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh adanya keuntungan yang optimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana pendukung usaha mengakibatkan fokus dari perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan hati konsumen. Menurut (Kotler, 2003:10) pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, mengatur dan mengelola program-program dengan tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mendapatkan keuntungan yang optimal dengan pengeluaran yang minimal.

Setiap bisnis perlu mempertimbangkan keinginan konsumen karena selalu berdampak pada kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Konsumen sebagai

penerima layanan, memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap apa yang mereka terima. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi kualitas layanan bisnis, karena jika satu konsumen saja merasa tidak puas maka hal tersebut dapat mempengaruhi calon konsumen lainnya.

Dalam meningkatkan pencapaian dari suatu usaha perlu adanya strategi-strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat dari kepuasan dari seorang konsumen. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran, karena tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap pembelian. Konsumen memiliki keyakinan yang lebih besar terhadap produk yang mereka gunakan apabila didasarkan pada pemakaian produk dari pada hanya mendengarkan informasi melalui iklan saja.

Dengan berkembangnya zaman dan media teknologi yang semakin canggih tentu akan menghadapi banyaknya persaingan di berbagai perusahaan sehingga perlu adanya upaya untuk terus meningkatkan kualitas dari perusahaan. Salah satu upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan adalah ditentukan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis. Lokasi yang strategis dapat memaksimalkan keuntungan. Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha tersebut dimasa yang akan datang.

Industri otomotif di seluruh dunia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang pesat dan hal ini sangat menarik bagi para pelaku bisnis otomotif di Indonesia. Tingginya mobilitas penduduk Indonesia menjadi salah satu faktor pendorong pesatnya perkembangan industri otomotif.

Kegiatan bisnis di industri otomotif lebih dari sekedar memproduksi kendaraan bermotor. Mereka juga menyediakan layanan kepada konsumen melalui bengkel untuk perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor. Pelayanan bengkel yang diberikan oleh Perusahaan harus sesuai dengan harapan konsumen dan Perusahaan harus terus mengikuti perkembangan pengetahuan dan teknologi. Tujuannya adalah untuk menciptakan kepuasan konsumen melalui layanan yang diberikan.

Auto 2000 adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra Internasional Tbk. Auto 2000 adalah main dealer Toyota terbesar di Indonesia yang menguasai 70-80% dari total penjualan Toyota. Auto 2000 memiliki banyak cabang salah satunya yaitu di Plaju Kota Palembang yang mempunyai banyak pelanggan, hal ini dikarenakan oleh persepsi pelanggan, lokasi dan juga kualitas pelayanan, pelanggan yang mengkonsumsi produk dan pelayanan yang baik tentu cenderung akan menjadi pelanggan yang memiliki nilai kepercayaan tetap terhadap suatu produk begitu juga sebaliknya jika pelanggan yang mengkonsumsi produk dan menerima pelayanan yang buruk tentu akan cenderung tidak puas dan akan berpindah ke perusahaan lainnya yang menawarkan produk dan pelayanan yang serupa.

Tabel 1

**Data Jumlah Pelanggan Servis di Auto 2000 Plaju Palembang Bulan Agustus-
Oktober 2023**

Bulan	Unit Entry Bengkel	THS	Total
Agustus	1625	605	2230
September	1602	643	2245
Oktober	1629	651	2280

Sumber : Auto 2000 Plaju Palembang (Diolah oleh peneliti)

Berdasarkan uraian tabel diatas dapat disimpulkan kepuasan tidak pernah terhenti pada satu titik, selalu bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan pelayanan dan harapan-harapan yang berkembang dibenak konsumen. Jika kepuasan pelanggan terpenuhi berarti kualitas produk dan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini akan berdampak baik untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan akan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ke dalam bentuk proposal yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO 2000 PLAJU PALEMBANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi ruang lingkup permasalahan yaitu, sebagai berikut :

1. Apakah persepsi pelanggan, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang?
2. Apakah persepsi pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Plaju Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh persepsi pelanggan, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang
2. Mengetahui pengaruh persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang.
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang.
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta mampu menerapkan ilmu-ilmu yang telah diperoleh.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi saran dan masukan kepada perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di Auto 2000 Plaju Palembang.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai informasi yang berguna bagi peneliti-peneliti selanjut

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fadila, 2013. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Fandy, T. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Herdiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya media.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua Belas , Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.
- Kurniawan, Gogi. (2020) *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Risma Dwi Komala, N. D. (2017). *Tinjauan Implementasi Personal Seing Pada PT.Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017*. Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi* (Edisi Dua Belas), Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* . Jakarta : Alfabeta. Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Kencana.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tridinanti, F. E. (2023). *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*. Palembang. Fakultas Ekonomi dan bisnis UNANTI**
- Ufrizen, & Fadilla Puspita Hadi. (2021), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja*. *Jurnal Sains Manajemen*.
- Ukkas, I. (2017), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. *Journal of Islamic Education Management*, 188-189.
- Ulfa, R. (2021), *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*. *Jurnal pendidikan dan keislaman* .
- Yam, J. H. (2021), *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Yusuf, B. (2015), *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.