

## The Influence Of Product Quality And Trust On Customer Satisfaction At Intan Workshop, Kota Raya Lahat

### Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Intan Kota Raya Lahat

Wahyu Fajri <sup>1)</sup>; Melia Andayani <sup>2)</sup>; Saparudin <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat

Email: <sup>1)</sup> [wfajri865@gmail.com](mailto:wfajri865@gmail.com); <sup>2)</sup> [Lia82yani@gmail.com](mailto:Lia82yani@gmail.com); <sup>2)</sup> [saparudin200969@gmail.com](mailto:saparudin200969@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [04 December 2025]

Revised [05 January 2026]

Accepted [08 January 2026]

#### KEYWORDS

Cooperatives, Financial Performance, Liquidity.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Intan Kota Raya Lahat. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Metode penarikan sampel yang digunakan peneliti adalah *Incidental sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS dan menghasilkan persamaan regresi  $Y=3,076+0,779X_1+0,139X_2$ .

Hasil dalam penelitian ini adalah : terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Intan Kota Raya Lahat, terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Intan Kota Raya Lahat . Pada uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Intan Kota Raya Lahat.

#### ABSTRACT

*This research aims to determine how Product Quality and Trust affect Customer Satisfaction at the Intan Workshop in Kota Raya Lahat both partially and simultaneously. The sample in this study consists of 40 respondents. The sampling method used by the researcher is Incidental sampling. This type of research is quantitative, using multiple linear regression analysis techniques processed with SPSS, resulting in the regression equation  $Y=3.076+0.779X_1+0.139X_2$ . The results of this study indicate: there is a significant effect of Product Quality on Customer Satisfaction at the Intan Workshop in Kota Raya Lahat, and there is a significant effect of Trust on Customer Satisfaction at the Intan Workshop in Kota Raya Lahat. The F test shows that Product Quality and Trust simultaneously affect Customer Satisfaction at the Intan Workshop in Kota Raya Lahat.*

## PENDAHULUAN

Bengkel merupakan solusi dari setiap bengkel yang ingin menjalankan bisnis bengkel dan onderdil lain secara langsung. Bengkel dan toko onderdil tersebut ada karena perbandingan kepercayaan onderdil yang terkadang berbeda – beda di setiap tempat. Selain kualitas onderdil, kualitas seorang montir dapat menjadi pertimbangan dari konsumen untuk memilih bengkel dan toko mana yang harus dipilih, karena dewasa ini konsumen lebih mencari bengkel yang terdapat onderdil dan mereka dapat secara langsung memasang onderdil baru ke motor, mobil, sepeda atau truk mereka.

Bengkel Intan kota raya lahat memakai jasa montir yang ahli dalam bidangnya masing – masing, selain agar tepat dalam menjalankan pekerjaan, efisiensi waktu diperlukan karena pelanggan tidak selamanya mau menunggu lama. Wawancara awal telah dilakukan terhadap beberapa konsumen Bengkel Intan kota raya lahat, namun beberapa pelanggan masih merasa kurang puas dengan bengkel tersebut, terdapat keluhan-keluhan. Adapun permasalahan yang dirasakan yaitu : sebagian pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan, ada karyawan yang tidak ramah kepada pelanggan, pelanggan tidak merekomendasi kepada orang lain terkait sudah banyak bengkel di Lahat, banyak pelanggan yang tidak terpenuhi harapan mereka dikarenakan hasil pelayanan yang tidak maksimal, sebagian pelanggan kecewa terhadap kualitas produk yang diberikan, contohnya : pada perbaikan motor tidak bertahan lama, serta banyak pelanggan mengeluh atas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting untuk menilai kinerja suatu bengkel. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan jasa bengkel tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke bengkel lain, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan dan reputasi bengkel. Pada umumnya konsumen merasa puas ketika apa yang mereka harapkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Dimana yang diinginkan konsumen adalah kualitas produk dan kepercayaan yang baik yang selalu di jaga oleh pihak pemilik bengkel.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk menjaga agar Konsumen tetap loyal adalah Kepercayaan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa Kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas konsumen, kepercayaan sebagai dasar penting untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan modal penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen terutama dalam membangun hubungan jangka panjang, sehingga kepercayaan memegang peranan penting dalam keberlangsungan perusahaan untuk waktu yang akan datang.

## LANDASAN TEORI

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapan (Davis, 2020).Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga Tingkat kepuasan yang umum. Marsudi (2021) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

### Kualitas Produk

Menurut Marsudi (2021) kualitas produk adalah berbagai jenis produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk adalah kemampuan pada suatu produk yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, bahkan dapat melebihi harapan pelanggan (Nawawi, 2021:23).

### Kepercayaan

Menurut Buchory & Saladin (2020:23) kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas. Barnes (2020:148) kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

#### Metode Analisis Data Kuantitatif

Metode analisis data kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengolah dan menafsirkan data berbentuk angka dengan tujuan menguji hipotesis, mengukur hubungan antar variabel, serta membuat generalisasi berdasarkan hasil penelitian. Data kuantitatif biasanya diperoleh melalui instrumen terstruktur seperti kuesioner atau survey.

#### Metode Analisis Data Kualitatif

Metode analisis data kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami makna, pengalaman, dan pandangan subjektif individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial atau budaya. Data yang dianalisis biasanya bersifat non-numerik, seperti transkrip wawancara, catatan observasi, dokumen, atau rekaman audio-visual. Dalam penelitian ini kedua metode digunakan baik kuantitatif maupun kualitatif, metode analisis data kuantitatif digunakan pada saat pengolahan dan analisis data sedangkan metode analisis data kualitatif digunakan dengan melakukan wawancara dengan kepala dinas tentang berdirinya instansi. Metode yang lebih dominan yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif.

## Uji Instrumen

Uji Instrumen digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.

## Uji Validitas

Uji validitas menurut Wiyono (2020: 92) adalah pengujian untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Alat untuk mengukur validitas adalah *korelasi product moment* dari *pearson* yang di proses dengan SPSS versi 25.0

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Wiyono (2020: 97) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbach's alpha* yang di proses dengan SPSS versi 25.0.

## Uji Normalitas

Uji Normalitas kali ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya

## Uji Heterokedastisitas

Ujiheteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Wiyono, 2020:112). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Pengujian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0

## Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Wiyono, 2020: 120). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

## Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari obyek penelitian tersebut (Wiyono, 2020: 123).

## Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Wiyono (2020: 137) merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent.

## Uji t

Uji hipotesis secara parsial menurut Sugiyono (2020: 157) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan nilai T tabel.

## Uji F (Uji Simultan)

Uji F menurut Sugiyono (2020: 161) digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Nilai F hitung dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA program SPSS versi 25.0.

## Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi menurut Wiyono (2020: 146) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai r Square atau Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) dapat dilihat pada hasil pengolahan data bagian model *summary* yang di proses dengan SPSS versi 25.0.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

- **Kualitas Produk**  
Pada taraf signifikan 5% nilai r tabel diperoleh sebesar 0,312. Dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan 1 sampai 10 adalah valid, karena nilai r hitung > 0,312. Sehingga variabel Kualitas Produk sesuai untuk dijadikan suatu alat ukur.
- **Kepercayaan**  
Pada taraf signifikan 5% nilai r tabel diperoleh sebesar 0,312. Dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan 1 sampai 10 adalah valid, karena nilai r hitung > 0,12. Sehingga variabel Kepercayaan sesuai untuk dijadikan suatu alat ukur.
- **Kepuasan Pelanggan**  
Pada taraf signifikan 5% nilai r tabel diperoleh sebesar 0,312. Dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan 1 sampai 10 adalah valid, karena nilai r hitung > 0,312. Sehingga variabel Kepuasan pelanggan sesuai untuk dijadikan suatu alat ukur.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nunnaly	Keterangan
Kualitas Produk	0,854	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,891	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,851	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan data tahun, 2025

#### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 2 Hasil Koefisien Regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.076	4.059		.758	.453
	KualitasProduk	.779	.093	.787	8.405	.000
	Kepercayaan	.139	.092	.141	1.502	.141

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah disajikan pada tabel diatas, persamaan regresi yang didapat adalah :  $Y = 3,076 + 0,779 X_1 + 0,139 X_2$

#### Uji T

Untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

$H_0: \beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan)

$H_1: \beta_1 > 0$  (ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan)

$df = n-k-1 = 40-2-1 = 37$

$\alpha = 0,05$

t hitung = 8,405

t tabel = 2,026

Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), diperoleh t hitung (8,405) > t tabel (2,026), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat.

Untuk variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

$H_0: \beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan)

$H_1: \beta_1 > 0$  (ada pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan)

$df = n-k-1 = 40-2-1 = 37$

$\alpha = 0,05$

t hitung = 1,502

t tabel = 2,026

**Tabel 3 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.144	2	436.572	48.271	.000 <sup>b</sup>
	Residual	334.631	37	9.044		
	Total	1207.775	39			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, KualitasProduk

Pengujian untuk melihat pengaruh variabel Kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  48,271 dan  $F_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) pada ( $n-3 = 37$ ) adalah 3,25 dan nilai taraf signifikan  $F = 0,000$  ( $P_{value} < \alpha$ ).

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4 Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 <sup>a</sup>	.723	.708	3.00734

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : data diolah tahun, 2025

Hasil analisis regresi berganda mendapatkan nilai koefisien korelasi ganda ( $r$ ) sebesar 0,850, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kepercayaan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat. Dari tabel 4.12 di atas besarnya koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,723. Artinya perubahan variasi Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat, dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kepercayaan dengan kontribusi sebesar 72,3% sedangkan sisanya sebesar 27,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model ini. Adjusted R Square, merupakan koreksi dari  $R^2$  sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penajakan model populasi.  $R^2$  disesuaikan sebesar 0,723 berarti bahwa keadaan yang lebih mendekati sebenarnya adalah sebesar 72,3%, perubahan variasi Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kepercayaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis terhadap data penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah disajikan pada tabel di atas, persamaan regresi yang didapat adalah :  $Y = 3,076 + 0,779 X_1 + 0,139 X_2$  Nilai constant (Y) sebesar 3,076 artinya jika variabel kualitas produk dan kepercayaan bernilai 0 (nol), maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan berada pada angka 3,076.
2. Pada uji t dengan variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan Nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 8,405 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $P_{value} < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat.
3. Pada uji t dengan variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan, Nilai  $t_{hitung}$  ( $X_2$ ) sebesar 1,502 dengan tingkat signifikan sebesar 0,141 ( $P_{value} > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$

ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat

4. Ada hubungan secara linier antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
5. Adjusted R Square, merupakan koreksi dari  $R^2$  sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penajakan model populasi.  $R^2$  disesuaikan sebesar 0,723 berarti bahwa keadaan yang lebih mendekati sebenarnya adalah sebesar 72,3%, perubahan variasi Kepuasan pelanggan bengkel intan kota raya Lahat dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kepercayaan.

### Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Bengkel Intan perlu menjaga dan terus meningkatkan kualitas produk serta layanan yang diberikan. Kualitas suku cadang, hasil pengerjaan, serta ketepatan waktu servis merupakan faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi bengkel untuk memastikan setiap proses pengerjaan dilakukan oleh teknisi yang kompeten dengan standar operasional yang jelas, serta penggunaan komponen berkualitas tinggi agar hasilnya memuaskan dan tahan lama.
2. Aspek kepercayaan juga sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bengkel Intan harus mampu menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan melalui komunikasi yang jujur, transparansi harga, dan pelayanan yang konsisten. Dengan membangun reputasi yang dapat dipercaya, pelanggan akan lebih loyal dan cenderung merekomendasikan bengkel kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah pelanggan baru.
3. Bengkel Intan disarankan untuk secara rutin mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan melalui survei atau masukan langsung. Informasi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan berkelanjutan. Dengan menanggapi kritik dan saran secara positif serta menunjukkan komitmen untuk selalu berkembang, Bengkel Intan dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan dan menciptakan pengalaman layanan yang unggul di Kota Raya Lahat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma. 2020. Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta.
- Assauri. 2020. Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama, BPFE-UST, Yogyakarta.
- Bchory & Saladin. 2020. Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis Orientasi Global, edisi kedua, jilid satu, Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Davis. 2022. Manajemen Pemasaran, edisi ketiga, cetakan keenam, Andi Offset, Jakarta
- Feri Setiawan.2024. Manajemen Pemasaran. Edisi Terbaru Penerbit Universitas Muhammadiyah Ponorogo Pres
- Gunawan. 2022. Manajemen Pemasaran, edisi keempat. Penerbit YKPN Yogyakarta
- Hasan. 2020. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Pranada Media.
- Kotler, Philip (Amstrong). 2021, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan ketigabelas, Prenhalindo, Jakarta.
- Kresnamurti. 2020. Manajemen Pemasaran, cetakan pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Marsudi. 2021. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan penelitian Pemasaran. Jakarta: Pranada Media.
- Nasution. 2019. Perilaku Konsumen . Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga
- Nawawi. 2020. Pengantar Bisnis Modern, edisi ketiga, cetakan keenam, Penerbit : Liberty, Yogyakarta
- Ramyadi. 2020. Manajemen Pemasaran. Penerbit : Rineka Cipta, Jakarta
- Rizan, Nuranto Heri. 2023. Manajemen Pemasaran, Konsep Strategi dan Implementasi. Penerbit Widina Media Utama Jakarta
- Sembiring. 2020. Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Jilid 2.Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Stanton. 2020. Manajemen Pemasaran, edisi kedua, cetakan pertama, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Sugiono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Penerbit Alfa Beta. Bandung
- Sunyoto, Danang. 2020. *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Bandung : PT Refika Aditama
- Yunita Nindya, 2024. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Penerbit CV Lauk Puyu Pres Jakarta