

STRATEGI MENINGKATKAN MINAT DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPATU DALAM PERSPEKTIF SYARIAH

Dian Yuliana^{1*}, Dikri Abdal Haq², Juhadi³

^{1,2,3}STEI AL-AMAR SUBANG, dianyuliana352@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Memberikan kepuasan pada konsumen merupakan upaya setiap pengusaha merebut hati konsumen. Dampak kepuasan konsumen terhadap setiap produk berbeda-beda setiap perusahaan, tergantung sejauh mana kebutuhan konsumen. Karena konsumen merasa puas tergantung dari setiap kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen terhadap produk sepatu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat dan kepuasan pelanggan yaitu dengan melalui sikap yang baik, seperti kejujuran dan dapat dipercaya, sehingga dapat meningkatkan minat dan kepuasan terhadap produk yang dihasilkan sehingga menciptakan produk berkualitas, juga memiliki komunikasi dua arah dengan pelanggan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas untuk mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci: Minat; Kepuasan; Konsumen; Pelayanan

Abstract: Providing satisfaction to consumers is the effort of every entrepreneur to seize the heart of the consumer. The impact of consumer satisfaction for each product is different in each company, depending on the extent to which consumer needs. Because the consumer feels satisfied depending on each of his needs. This study is intended to know the related strategy to enhance interest and satisfaction of the consumer to the product of shoes. The method used in this study is a descriptive qualitative analysis, whereas the technique of data collection is done through interview and observation. The results of the study show that strategies that can be done to increase customer interest and satisfaction are through good attitudes, such as honesty and trustworthiness, so as to increase interest in and satisfaction with the products produced so as to create quality products, also have two-way communication with customers to build trust and loyalty to retain customers.

Keywords: Interest; Satisfaction; Consumer; Service.

Article History:

Received: 01-12-2022

Revised : 01-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Online : 01-03-2023

A. PENDAHULUAN

Pembeli adalah raja, ungkapan ini sering kali terdengar dan cukup familiar sekali dalam proses kegiatan ekonomi atau jual beli. Persaingan seperti sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai yang lebih, sehingga tampak

berbeda dengan produk pesaing. Kualitas produk juga harus ditentukan oleh cara pelanggan memandang produk tersebut. Salah satu contoh yang akan dibahas yaitu dalam Usaha di bidang produk sepatu lebih tepatnya di salah satu Perusahaan Sepatu di Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat.

Kualitas produk merupakan serangkaian karakteristik yang melekat pada produk yang dapat diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu kualitas dicerminkan oleh kuantitas atribut yang terdapat pada produk, dan arena atribut memerlukan biaya untuk memproduksinya maka semakin tinggi kualitas semakin mahal juga terkait biaya produksinya.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun diperlukan strategi untuk dapat meningkatkan daya saing diantara perusahaan yang sejenis (Bairizki, 2021). Salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya saing itu sendiri adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang baik. Karena diharapkan dengan kualitas pelayanan konsumen akan tercapai. Kotler dalam (Sudirman, 2020) imenyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli setelah alternative yang dipilih sekurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Kenyamanan atau kepuasan pembeli merupakan kebahagiaan konsumen untuk mencapai hasil yang baik dan maksimal.

Kualitas produk melibatkan keuntungan yang akan ditawarkan, keuntungan ini dikomunikasikan dan disampaikan oleh produk melalui atribut seperti kualitas, fitur, gaya dan rancangan, kualitas produk adalah suatu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan positioning kualitas mempunyai imbas langsung terasa pada produk.

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha tersebut. Konsumen suatu perusahaan. dampak kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda setiap perusahaan. Karena konsumen puas belum berarti mereka puas, akan tetapi konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapannya terpenuhi dan sebaliknya.

Peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasar. Peranan harga bagi perekonomian merupakan harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam system perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan. Bagi konsumen, dalam penjualan ritel ada segmen pembeli yang sangat sensitive terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-

satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen sensitive terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain seperti, citra merek, lokasi toko, layanan, nilai (value) dan kualitas

Menurut Shalahudin dalam (Shavab, 2021) mengatakan minat adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Pernyataan di atas memberikan pengertian bahwa minat berkaitan dengan rasa senang atau tidak senang. Oleh karena itu, minat sangat menentukan sikap yang menyebabkan seseorang aktif dalam satu pekerjaan atau situasi, atau dengan kata lain minat dapat menjadi sebab atau faktor motivasi dari suatu kegiatan.

Dalam mengatasi persaingan maka perusahaan harus pintar dalam memberikan harga dan kualitas yang bagus. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk selalu update terhadap dunia fashion, perusahaan juga harus memperhatikan penataan busana atau aksesoris dan penyusunan barang juga sangat menunjang ketertarikan pembeli. Karena sepatu juga merupakan fashion, yang digunakan oleh berbagai latar belakang orang.

Menurut (Rusmana, 2020) mengemukakan bahwa kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Lebih lanjut menurut (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Selain itu, untuk mendapatkan kepuasan pelanggan juga bisa dengan membangun kepercayaan kepada pelanggan atau konsumen itu sendiri.

Keunikan dan kebaruan produk member efek positif terhadap daya tarik produk. Daya tarik produk memegang peras strategi dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Daya tarik produk memiliki potensi untuk menjadi mediasi dalam hubungan antara keinovasian produk dengan kinerja pemasaran.

Menurut Thaib dalam (Juhadi, 2020) bahwa pelayanan adalah melayani kebutuhan orang lain, pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut Tjiptono dalam (Juhadi, 2022) bahwa konsep pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan harapan pelanggan terdiri dari 3 tipe : 1) *Wiii expectation* yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan akan diterimanya, berdasarkan nformasi yang

diketuinya, 2) *Should expectation* yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya di terima oleh konsumen, dan 3) *Ideal expectation* yaitu tingkat kinerja optimum yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Model pada Sepatu yang selalu update mengikuti perkembangan zaman, sangat berperan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Pelanggan yang memiliki citra yang positif akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian terus menerus. Dengan kualitas produk yang mampu bersaing, harga terjangkau, serta model sepatu yang selalu mengikuti gaya di era modern

Di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen setiap pihak harus bekerja secara professional dan terampil. Sifat professional dan terampil ini digambarkan dalam al-Quran surat Al-Isra ayat 84 yang artinya: "Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik". (QS. al-Isra: 84. Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai kemampuannya. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang islami (Koni, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Evasari, 2020) mengemukakan bahwa kelompok UMKM "Kirana" telah menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran Islami dan telah menjalankan konten Islami yang terdiri atas tiga hal pokok yaitu penerapan karakteristik pemasaran Islami, penerapan etika bisnis Islami dan mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW. Pelaksanaan marketing mix (*product, price, promotion, place*) dipraktikkan berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu : *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh*. Hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah terkait dengan Strategi Peningkatan Minat Dan Kepuasan Konsumen Pada Produk Sepatu Dalam Perspektif Syariah yang dilakukan di Perusahaan.

Pada umumnya penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan, ide-ide kreatif dan pengetahuan tentang strategi pemasaran khususnya di bidang usaha produk sepatu kepada masyarakat. Sehingga hal ini penting untuk dilakukan penelitian secara komprehensif dalam rangka menghasilkan data yang valid terkait dengan yang diteliti.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Meningkatkan Minat Dan Kepuasan Konsumen Pada Produk

Sepatu Dalam Perspektif Syariah. Jenis penelitian deskriptif analisis, menurut (Rahayu, 2020) bahwa deskriptif analisis adalah penelaahan secara empiris yang menyelidiki suatu gejala atau fenomena khusus dalam latar kehidupan nyata. Hasil penelitian ini dikumpulkan dengan data primer dan data sekunder terkait strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Arifudin, 2023) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Hanafiah, 2021) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan terkait strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah.

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Arifudin, 2019). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Arifudin, 2020). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada pengusaha produk sepatu dalam perspektif syariah.

2. Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Tanjung, 2020). Hal ini agar didapatkan informasi terkait strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang iada (Arifudin, 2021). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Tanjung, 2019) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data

yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada pengusaha produk sepatu dalam perspektif syariah.

Pada analisis data, menurut Muhadjir dalam (Arifudin, 2022) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya. Sehingga didapatkan data penelitian yang utuh terkait strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah dilakukan dalam rangka mengungkap data terkait sebuah usaha Sepatu dalam terus bertahan di era persaingan yang ketat.

PT. TKG Taekwang Indonesia merupakan perusahaan manufaktur sepatu yang bermerek berasal dari korea selatan dengan bahan baku pada solenya terbuat dari karet berkualitas. Perusahaan ini merupakan penghasil produk sepatu yang cukup berkembang dan kreatif dalam membuat produk tersebut sehingga banyak yang ingin bekerja di perusahaan tersebut. Pada saat covid 19 menyerang, mengakibatkan turunnya produksi sepatu sehingga perusahaan dengan terpaksa merumahkan para pekerja yang baru bekerja dalam kurun waktu tiga bulan.

Salah satu produk yang sering dibeli karena fungsi dan kegunaannya yaitu sepatu. Tujuan memakai sepatu untuk meningkatkan performa sebagai penunjang kegiatan, sebagai alat keselamatan, ataupun sebagai penunjang penampilan penggunaannya, dengan tetap memasukkan unsur ergonomi pada kaki pemakainya. Dan perusahaan yang memproduksi sepatu salah satunya PT. TKG Taekwang Indonesia yang ada di kota Subang.

Dalam persaingan usaha yang sangat ketat ini mengukur produktivitas tidak cukup hanya dari segi jumlah barang yang diproduksi. Tetapi juga harus mempertimbangkan kualitas, harga dan model fashion, pada dasarnya menjadi salah satu pengembangan bisnis yang paling mendalam dalam dunia fashion termasuk pada produk sepatu.

Dengan demikian ketika suatu produk memiliki kualitas baik maka akan semakin banyak jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang pada perusahaan Sepatu. Berdasarkan uraian diatas maka

perusahaan harus memberikan kualitas, harga, dan model yang terbaik dan rasa nyaman kepada konsumen serta kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, bila tidak pelanggan akan segera beralih kepada pesaing yang menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen.

Pembahasan

Salah satu produk yang sering dibeli karena fungsi dan kegunaannya yaitu sepatu. Hal ini sejalan dengan Kotler dalam (Labetubun, 2021) bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan.

Sedangkan menurut (Ahmed, 2014) menyatakan produk yaitu apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.

Jadi pengertian produk yaitu pembeli tidak hanya membeli suatu produk untuk dijadikan pernak-pernik saja tetapi pembeli juga membayar suatu produk dilihat dari fungsi dan kegunaannya.

Menurut (Silaen, 2021), bahwa sebuah perusahaan atau lembaga dalam meningkatkan produktifitas dan kualitas harus berorientasi pada pengawasan. Hal ini bertujuan dalam mengembangkan kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik.

Berdasarkan dari persoalan di atas berkenaan atas keinginan dan kepuasan pelanggan dalam kurun waktu ini menurun. Oleh karena itu disini kami akan menjelaskan mengenai strategi peningkatan minat dan kepuasan konsumen pada produk sepatu dalam perspektif syariah, diantaranya:

1. Jujur dan amanah
2. Meningkatkan kualitas produk
3. Komunikasi dua arah
4. Meminta kritik dan saran
5. Memiliki kiat promosi nan khas dan memukau

Jika anda memiliki bisnis maka mesti memiliki strategi dalam keahlian pemasaran untuk mencapai hasil yang maksimum. Banyak perusahaan nan gagal karena pengusaha tidak mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk produknya.

Hal ini sejalan dengan (Fasa, 2020) bahwa strategi pemasaran yang unik dan menarik untuk menaikkan keinginan dan kepuasan pelanggan pada produk yang dihasilkan : a) Mengidentifikasi target pasar, b) Berinovasi untuk menciptakan nilai unik dan dapat dibuktikan, c) Melakukan pemasaran berbasis objek pasar, d) Menggunakan promosi lewat internet, dan e) Sering mengikuti dalam festival dan ekspo.

D. SIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat dan kepuasan pelanggan yaitu dengan melalui sikap yang baik, seperti kejujuran dan dapat dipercaya, sehingga dapat meningkatkan minat dan kepuasan terhadap produk yang dihasilkan sehingga menciptakan produk berkualitas, juga memiliki komunikasi dua arah dengan pelanggan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas untuk mempertahankan pelanggan, setelah itu mereka akan meminta ulasan dan saran pelanggan apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan, dan terakhir adalah penggunaan program bisnis yang tersendiri dan memukau.

2. Saran

Dari pembahasan yang telah kami uraikan dapat kami simpulkan saran bagi tenaga kerja dari setiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang lebih baik. Selagi tenaga kerja bertugas sesuai dengan kemampuannya, maka akan terjadi hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati tanpa mengabaikan perintah dan aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT yaitu ibadah.

3. Rekomendasi

Alangkah baiknya bisa dilakukan pelatihan membuat produk sepatu yang berkualitas tinggi dan pelatihan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, sehingga minat dan kepuasan pelanggan akan bertambah dengan kemampuan karyawan yang semakin baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak dapat terlaksana tanpa berbagai bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis merasa sangat terbantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Terima kasih kepada ketua STEI Al-Amar Subang yang sudah memberikan kesempatan peneliti dalam melakukan penelitian.
2. Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan hasil penelitian ini.
3. Terima kasih kepada responden, yang sudah berkenan terlibat dalam proses penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed. (2014). Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention. *Asian Journal of Management Research.*, 4(3), 533–549.
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT.

- Global (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.
- Arifudin, O. (2020). Pengaruh Kompensasi Dan Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Global Media. *MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 409–416.
- Arifudin, O. (2021). Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 286–298.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Evasari. (2020). Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development.*, 4(1), 22–49.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220.
- Juhadi. (2022). Customer Perceptions On The Role Of Baitul Mal Wa Tanwil, Subang City. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 6(2), 354–365.
- Juhadi, J. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Audit Internal Terhadap Pelaksanaan Good Corporate Governance. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 17-32.
- Koni, A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Insani*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Rahayu, Y. N. (2020). *Program Linier (Teori Dan Aplikasi)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Rusmana, F. D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Transaksional Dengan Kinerja Karyawan BRI Syariah Subang. *Jurnal Makro Manajemen*, 5(2), 157–163.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Silaen, N. R. (2021). *Kinerja Karyawan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Tanjung, R. (2019). Manajemen Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pembelajaran (Studi Kasus di STIT Rakeyan Santang Karawang). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 234–242.
- Tanjung, R. (2020). Analisis Pengaruh Penilaian Kinerja Dan Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Pada PDAM Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 71–80.