

PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BENGKEL AHHAS TULANG BAWANG

Rian Fauzi^{1*}, Anita Puspa Dewi², Rita Oktaviani³

Institut Agama Islam (IAI) Tulang Bawang¹²³

anitapuspawdewi.apd@gmail.com, nandaaliaoc@gmail.com

*Penulis korespondensi

Revisi: 16-08-2025

Diterima: 14-12-2025

Diterbitkan: 29-12-2025

Info Artikel

Abstract

Service is a crucial task that must be carried out effectively by employees working in a service-oriented company. Every company faces intense competition, which requires them to constantly pay attention to the needs and desires of their customers. In this situation, companies must strive to meet customer expectations by providing service that is more satisfying than their competitors. Excellent service becomes the key to winning competition and maintaining customer loyalty. The quality of goods and services is ultimately determined by the customer. Having satisfied customers is essential for service companies, especially in marketing paradigms that involve high-contact relationships and high levels of competence. Customer satisfaction is a function of the difference between perceived performance and expectations. If performance falls short of expectations, customers will feel dissatisfied. Customer satisfaction can be measured through various data analysis methods, one of which is simple linear regression analysis. The calculation results show a constant value of 32.638, indicating the consistency of variable X. A 1% increase in variable X will lead to a 0.334 increase in variable Y. Additionally, the significance value obtained is 0.010, which is smaller than 0.05, indicating a significant effect of capital (X) on income (Y). Through the coefficient of determination analysis, it is known that the effect of capital on income is 7.3%. Hypothesis testing also shows a significance value of 0.010 (< 0.05) and a t-value of 2.624 (> t-table 1.666). Therefore, the alternative hypothesis (Ha) is accepted, stating that there is an influence of service quality in the workshop on customer satisfaction.

Keywords:

Service, Quality of Goods and Services, Customer Satisfaction

Abstrak

Pelayanan merupakan aspek penting yang harus dijalankan dengan baik oleh karyawan dalam sebuah perusahaan jasa. Setiap perusahaan menghadapi persaingan yang semakin ketat, yang menuntut mereka untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks ini, perusahaan harus berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada pesaing. Pelayanan yang unggul menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan dan menjaga loyalitas pelanggan. Kualitas barang dan jasa, pada dasarnya, hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Memiliki pelanggan yang puas sangat penting, terutama dalam paradigma pemasaran yang melibatkan hubungan jangka panjang (relationship marketing) dan pelayanan dengan tingkat kompetensi tinggi. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang ada. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan berbagai metode analisis data, salah satunya adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil perhitungan menunjukkan nilai konstanta sebesar 32,638, yang mengindikasikan konsistensi variabel X. Setiap peningkatan 1% pada variabel X akan mengakibatkan peningkatan variabel Y sebesar 0,334. Selain itu, nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,010, lebih kecil dari 0,05, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara modal usaha (X) terhadap pendapatan (Y). Melalui analisis koefisien determinasi, diketahui bahwa pengaruh modal usaha terhadap pendapatan adalah sebesar 7,3%. Uji hipotesis juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,010 (< 0,05) dan t hitung sebesar 2,624 (> t tabel 1,666). Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan bengkel terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci:

Pelayanan, Kualitas Barang dan Jasa, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan tugas utama yang harus dijalankan dengan baik oleh setiap karyawan yang bekerja pada perusahaan jasa. Dalam hal ini, perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat, baik di tingkat lokal maupun global. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk memperhatikan secara serius kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan dibandingkan dengan pesaing mereka (Fatma, 2018). Pelayanan yang berkualitas menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hanya perusahaan yang mampu menyediakan pelayanan yang unggul yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan dan pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan mereka (Julianto et al., 2023).

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen. Pelanggan cenderung akan menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan yang dapat memberikan kualitas yang konsisten dan memadai. Dalam jangka panjang, hubungan semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik (Witjaksono et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang kurang menyenangkan selama proses pelayanan. Kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh persepsi penyedia jasa, tetapi yang lebih penting adalah persepsi konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima (Sugiono, 2020).

Sebagai contoh, dalam industri otomotif, khususnya layanan servis sepeda motor, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Seiring dengan pesatnya perkembangan industri otomotif, semakin banyak pula usaha jasa perawatan kendaraan bermotor yang bermunculan, termasuk bengkel resmi dari merek sepeda motor tertentu seperti AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*). AHASS ini menjadi contoh perusahaan yang menawarkan layanan servis sepeda motor dengan kualitas yang terjamin. Kehadiran AHASS menjadi tantangan bagi bengkel umum atau bengkel reparasi yang melayani berbagai jenis dan merek sepeda motor

untuk tetap dapat bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Terlebih lagi, di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun internasional, setiap perusahaan harus mampu memberikan produk dan layanan yang bermutu agar dapat mempertahankan pangsa pasar mereka (Sadiyah, 2021). Untuk itu, perusahaan dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam membangun loyalitas pelanggan, dan salah satu cara untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan kualitas yang baik dalam setiap aspek pelayanan yang diberikan (Sugiono, 2020). Data konsumen Bengkel AHASS antara November 2023 hingga April 2024 menunjukkan bahwa perusahaan mampu menarik ribuan pelanggan setiap bulannya, yang menunjukkan bahwa mereka mampu memenuhi harapan konsumen dalam hal kualitas layanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas barang dan jasa yang diterima, dan hal ini dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan yang puas akan lebih cenderung untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan. Untuk perusahaan jasa, terutama dalam paradigma pemasaran yang melibatkan hubungan jangka panjang dan tingkat kompetensi yang tinggi, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kesesuaian antara kinerja yang dirasakan dengan ekspektasi pelanggan (Hidayat N & Andarini, 2018). Apabila kinerja yang dirasakan oleh pelanggan lebih rendah dari harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, yang berpotensi merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Masyarakat kini semakin kritis dalam menilai kualitas pelayanan, terutama dalam layanan servis sepeda motor yang menjadi perhatian utama banyak konsumen. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran konsumen terhadap hak mereka untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan yang sebaik-baiknya (Wibowo et al., 2022). Keinginan untuk mendapatkan pelayanan yang optimal menjadi lebih tinggi, terutama di bengkel yang memiliki reputasi baik dan banyak pelanggan. Untuk itu, penting bagi perusahaan untuk secara terus-menerus mengevaluasi kualitas layanan mereka, salah satunya dengan melakukan survei langsung kepada konsumen.

Bengkel AHASS, sebagai salah satu penyedia layanan servis sepeda motor terkemuka, menyediakan berbagai fasilitas penunjang yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan selama menunggu proses servis kendaraan mereka. Fasilitas-fasilitas seperti tempat duduk yang nyaman, televisi, koran, toilet, dan Wi-Fi di ruang tunggu, memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi rasa jenuh pelanggan (Baker, 2012). Semua fasilitas ini bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memastikan bahwa mereka merasa dihargai selama menunggu. Kehadiran fasilitas pendukung ini menjadi salah satu upaya Bengkel AHASS dalam memaksimalkan pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka (Ummah, 2019).

Berdasarkan latar belakang di atas, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan bengkel terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh Bengkel AHASS dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan harapan mereka, serta melakukan perbaikan yang diperlukan untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas jasa pelayanan bengkel terhadap kepuasan pelanggan di Bengkel AHASS Tulang Bawang, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi pelayanan yang lebih baik di masa depan.

METODE

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini melibatkan dua aspek utama: pendekatan analisis dan penghimpunan data. Pendekatan yang digunakan dibedakan menjadi dua jenis, yakni pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif berfokus pada penggambaran kejadian yang diteliti secara deskriptif dan naratif, sementara pendekatan kuantitatif mengutamakan pengukuran numerik berdasarkan kejadian yang sedang diteliti. Penelitian ini juga mencakup penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menyelidiki masalah dan mengukur variabel melalui angka guna

membantu membuat kesimpulan atau generalisasi teori (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah seluruh pelanggan bengkel AHHAS Tulang Bawang, yang berjumlah sekitar 300 orang, dan sampel yang dipilih sebanyak 75 pelanggan menggunakan teknik pengambilan sampel acak atau random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik, termasuk uji validitas dan reliabilitas, uji koefisien determinasi, regresi linier sederhana, serta uji normalitas dan uji linieritas untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Purba et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

A. Uji Prasarat analisis

1. Hasil uji koefisien determinasi

Tabel 1
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.269 ^a	.073	.062	3.190

Dari hasil analisis yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,269. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel bebas, yaitu kualitas jasa pelayanan, dengan variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan. Meski demikian, hubungan tersebut tergolong lemah karena nilai koefisien korelasi masih berada di bawah 0,5. Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,073. Nilai ini mengindikasikan bahwa sebesar 7,3% dari variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas jasa pelayanan. Dengan kata lain, pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tergolong kecil atau kurang signifikan. Sisa sebesar 92,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kualitas jasa pelayanan yang tidak dimasukkan dalam model ini.

2. Hasil uji regresi linier sederhana

Tabel 2
Hasil uji regresi sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.638	6.228		5.241	.000
	Kualitas jasa	.344	.131	.269	2.624	.010

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
Sumber data SPSS

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai constant (a) sebesar 32,638 sedangkan nilai (b/kofisien regresi) sebesar 0,344 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :
 $Y = a + bX$

$$Y = 32,638 + 0,344 X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- a. Konstanta sebesar 32,638 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel modal usaha adalah sebesar 32,638.
- b. Koefisien regresi X sebesar 0,334 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai modal usaha, maka nilai penambahan pendapatan sebesar 0,334. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha (X) berpengaruh terhadap variabel Uji Hipotesis.

3. Hasil Uji t

Tabel 3
Hasil uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.638	6.228		5.241	.000
	Pelayanan	.344	.131	.269	2.624	.010

a. Dependent Variable:kepuasan pelanggan

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai Signifikansi sebesar 0,010 dan nilai t hitung sebesar 2,624. Nilai t tabel dapat diketahui dari tabel t (lampiran 15), dengan jumlah sampel 90 maka diperoleh nilai t tabel atau df sebesar 1,666 dengan taraf signifikansi (α) 5% atau 0,05. Nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ dan juga nilai t hitung $2,624 > t$ tabel 1,666, maka H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan modal usaha terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHHAS tulang bawang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan Bengkel Ahhas di Tulang Bawang, terdapat bukti empiris yang menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan berbagai metode analisis data, termasuk uji linearitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t) untuk menggali lebih dalam hubungan antara variabel kualitas jasa pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil F hitung sebesar 1,050 dengan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$ menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Adanya nilai signifikansi yang tinggi pada deviation from linearity ($0,882 > 0,05$) juga menegaskan bahwa hubungan antara variabel-variabel ini memang linear, yang berarti bahwa perubahan dalam kualitas pelayanan akan berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Dari analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai konstanta sebesar 32,638, yang menunjukkan bahwa pada nilai variabel kualitas pelayanan yang nol, tingkat kepuasan pelanggan adalah 32,638. Selain itu, setiap peningkatan 1% pada kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kenaikan 0,334 pada kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang berkelanjutan akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan. Nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di Bengkel Ahhas.

Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 7,3% memberikan gambaran bahwa meskipun pengaruhnya ada, faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan juga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini bisa mencakup aspek-aspek lain seperti harga, kemudahan akses, fasilitas bengkel, atau faktor eksternal lainnya yang mungkin mempengaruhi pengalaman pelanggan. Namun, meskipun pengaruhnya relatif kecil, kualitas pelayanan tetap menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang optimal.

Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,010 ($< 0,05$) dan t hitung sebesar 2,624 yang lebih besar dari t tabel (1,666) membuktikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan teori-teori sebelumnya yang mengemukakan bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti teori Servqual yang menyatakan bahwa lima dimensi kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Perbandingan dengan Teori yang Relevan

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa teori yang telah ada, seperti teori SERVQUAL (Sulistiowati & Kanto, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup beberapa dimensi, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dimensi-dimensi ini diimplementasikan di Bengkel Ahhas dalam bentuk pelayanan yang cepat, ramah, serta hasil perbaikan yang memuaskan, yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, teori *Expectancy Disconfirmation* (Riyadi et al., 2020) juga relevan untuk menjelaskan hasil penelitian ini. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan lebih baik atau sesuai dengan harapan pelanggan, pelanggan akan mengalami "positive disconfirmation," yang menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan berbanding lurus dengan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Implikasi Praktis

Temuan ini memiliki implikasi praktis yang penting bagi manajemen Bengkel Ahhas dalam merancang strategi pelayanan yang lebih baik. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan, seperti memperbaiki keandalan, mempercepat waktu pelayanan, dan meningkatkan keterampilan teknisi, bengkel dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, perhatian terhadap dimensi empati, seperti memberi perhatian lebih pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga akan memperkuat hubungan antara pelanggan dan bengkel, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan di Bengkel Ahhas Tulang Bawang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, meskipun pengaruhnya tidak terlalu besar (7,3%). Kualitas pelayanan yang baik tetap menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam teori SERVQUAL, kualitas pelayanan mencakup lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Bengkel Ahhas perlu fokus pada peningkatan keandalan, respons cepat terhadap keluhan, perhatian terhadap pelanggan, dan fasilitas yang memadai. Meskipun pengaruhnya terbatas, kualitas pelayanan yang optimal akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan dan daya saing bengkel.

REFERENSI

- Baker, M. J. (2012). The Marketing Book. *The Marketing Book*, 1-836. <https://doi.org/10.4324/9780080496405>
- Fatma, M. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Perempuan Korban Tindak Pidana Kekerasan Dalam Rumah Tangga. *Biram Samtani Sains*, 2(1), 1-17. <https://doi.org/10.55542/jbss.v2i1.27>
- Hidayat N, R., & Andarini, S. (2018). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (JBI)*, 93-109.
- Julianto, R., Hasan, M., & Wibowo, A. (2023). Pandangan Kepala Kantor Urusan Agama (Kua) Melawi Terhadap Fenomena Pernikahan Beda Agama Di Kabupaten Melawi. *Al-Usroh*, 3(1),

94–106. <https://doi.org/10.24260/al-usroh.v3i1.915>

- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Pandapotan, S. H., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Issue June).
- Riyadi, A. D., Salim, N., & Mujiati, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Pasca Kegiatan Ajudikasi di Desa Sumogawe Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Tunas Agraria*, 3(2), 20–39. <https://doi.org/10.31292/jta.v3i2.105>
- Sadiyah, H. (2021). Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen. *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(2), 115–125. <https://doi.org/10.38156/imka.v1i2.77>
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 22(2), 175–191.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. In *R&D. Bandung: Alfabeta*.
- Sulistiowati, W., & Kanto, D. S. (2022). Studi Atas Pengaruh Modal Dan Pinjaman Terhadap Sisa Hasil Usaha (Shu) Di Koperasi Karyawan Sucofindo. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(1), 83–99.
- Ummah, M. S. (2019). Analisis Penghambat Revitalisasi Pasar Dalam Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Padangsidempuan Mufti. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_MelestaRI
- Wibowo, F. S., Hendro Wibowo, G. D., & Dwi Putro, W. (2022). Implementasi Pembaruan Agraria Dan Pengelolaan Sumber Daya Alam Terhadap Access Reform. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 10(9), 2027. <https://doi.org/10.24843/ks.2022.v10.i09.p06>
- Witjaksono, R. W., Puspitasari, W., & Saputra, M. (2023). Implementasi Crm Di Umkm Kota Bandung Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–8. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v6i0.1857>