DFAME : Digital Financial Accounting Managemen Economics Journal
Vol. 3, No. 2, Mei 2025, pp. 58 - 64
ISSN: 3025-1079, DOI: 10.61434/dfame.v3i1.32

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SENTRA BATIK WASTRALINGGA KABUPATEN PURBALINGGA

Dinnas Purnomo[1]
[1] Program Studi Manajemen. Universitas Perwira Purbalingga, Indonesia

dinnaspurnomo9@gmail.com

A R T I C L E I N F O

History of the article:
Received April 2, 2025
Revised April 25, 2025
Accepted Mei 15, 2025

Keywords:
Product Quality
Price
Customer Satisfaction

Kata Kunci :
Kualitas Produk
Harga
Kepuasan Pelanggan

Corresponding Author:
Name : Dinnas Purnomo
Affiliation : Universitas Perwira Purbalingga
City : Purbalingga
Email : dinnaspurnomo9@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and find out which product quality and price have an effect on customer satisfaction, as well as find out which variables have more influence on customer satisfaction. The research method used is a quantitative, questionnaire data as many as 77 respondents came from consumers of Sentra Batik Wastraligga. The sampling technique used stratified random sampling, questionnaire data is measured using a Likert scale. This study uses multiple linear analysis with the help of the SPSS version 26 program. The results of this study indicate that product quality and price have a significant effect on customer satisfaction "Setra Batik Wastralingga"

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga menjadi saran bagi pemecahan masalah pihak Wastralingga dan bisa dijadikan tambahan literasi bagi penelitian selanjutnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, data kuesioner sebanyak 77 orang responden berasal dari konsumen Sentra Batik Wastraligga. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling. Data kuesioner diukur menggunakan skala Likert. Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada " Sentra Batik Wastralingga"

PENDAHULUAN

Seiring berjalanya waktu batik berkembang menjadi beberapa jenis batik, diantaranya yaitu batik tulis, batik cap, batik *printing*, dan batik sablon. Batik tulis merupakan peninggalan teknik didalam pembuatan batik yang paling tradisional, pembuatanya dengan cara menghias kain dengan tekstur dan corak yang menggunakan canting (Saraswati, 2016). Cara ini dilakukan untuk untuk semua pemberian motif, malam berfungsi sebagai bahan perintang warna. Motif dapat dirancang secara bebas, karena dengan menggunakan canting tulis hal ini menjadi mudah untuk dikerjakan. Dengan diketahui semakin banyaknya corak dan motif serta jenis batik yang ditawarkan tentu para pengrajin batik dituntut untuk semakin inovatif dan kreatif agar selalu tidak tertinggal oleh perkembangan zaman terbaru. Namun dengan semakin perkembangan zaman para *competitor* batik mulai bersaing untuk mendapatkan konsumen terbaiknya. Sejak batik ditetapkan sebagai warisan budaya tak-benda oleh UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009, minat terhadap batik kini semakin meningkat tajam. Dalam proses jual beli konsumen tentu akan memperhatikan dari kualitas produk dan harga yang ditawarkan, menurut Wibowo (2014), kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dalam hal tersebut tentunya seorang konsumen mengharapkan adanya kualitas yang baik dari produk

yang akan dibeli nya serta berdampak positif setelah dipakainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyo (2017), hasil dari penelitian ini yaitu variabel kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Artinya sebuah bisnis yang dijalankan harus mengedepankan kualitas produk atau jasa, dan ketika sudah ada pada titik atas hendaknya bisnis yang dijalankan tidak mengurangi kualitas yang ditawarkan namun tetap menjaga kestabilan kualitas produk atau jasa tersebut, sehingga konsumen akan merasa puas apabila kualitas produk atau jasa yang ditawarkan selalu konsisten. Menurut Zakaria dan Astuti (2013) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya. Harga disini tentu menjadi sudut pandang oleh seorang konsumen dalam mempertimbangkan apakah akan membeli atau menggunakan produk atau jasa tesebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Prayogo dan Batubara (2021), hasil dari penelitian ini yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya harga yang ditetapkan oleh perusahaan atau bisnis yang dijalankan akan dapat memberikan rasa puas kepada konsumen apabila harga yang ditetapkan sesuai dengan keinginan dari konsumen tersebut. Wastralingga merupakan tempat pusat pemasaran pengrajin batik Purbalingga asli, diresmikan pada tahun 2020, terletak di komplek Taman Kota Usman Janatin Purbalingga. Forum Pengrajin Batik Purbalingga yang diketuai oleh Yoga Prabowo. Kata Wastralingga sendiri memiliki makna kain yang bernilai budaya dan berasal dari Purbalingga. Didirikanya tempat ini bermaksud dan memiliki tujuan untuk mempermudah para pengrajin batik dalam memasarkan produk batiknya, selain itu sebagai senter batik yang terletak di Pubalingga Kota sehingga mempermudah para konsumen untuk membeli serta menjangkau kain batik lebih mudah. Terdapat 21 Centra batik yang tersebar di beberapa kecamatan, selain itu terdapat 50 pengrajin yang bergabung dalam Wastralingga. Jenis batik yang terdapat di Wastralingga ini yaitu batik tulis dan batik cap.

Seiring berjalanya waktu Wastralingga ini mendapatkan beberapa kendala, hal ini mengakibatkan menurunya jumlah penjualan dan tidak bisa bersaing dengan *competitor.* Dilihat dari segi kualitas kain batik Wastralingga salah satu batik tulis, bahwa kualitas batik tulis ini sudah bagus dengan harga yang ditawarkan cukup mahal hal tersebut dapat dikatakan hal yang wajar, karena dilihat dari segi pengerjaanya yang sangat detail dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Selanjutnya. dilihat dari beberapa pesaing salah satunya adalah Sekar Jagad dimana toko tersebut sama-sama menjual produk kain batik asli Purbalingga namun, hal yang menyebabkan toko Sekar Jagad lebih ramai konsumen dikarenakan toko tersebut bukan hanya menjual batik asli Purbalingga namun, juga menjual beberapa batik merek lain, seperti batik Pekalongan dan batik Solo, selain itu harga yang ditawarkan oleh Sekar Jagad relatif lebih murah, namun dari segi kualitas batik Wastralingga lebih bagus karena dilihat dari segi teknik pembuatanya serta bahan yang digunakan. Namun pada kenyataan nya konsumen lebih memilih untuk berbelanja pada toko yang lebih murah (Trikusnaeni, 2022). Sentra Batik Wastralingga Kabupaten Purbalingga, karena banyaknya pesaing yang menyerupai produk batik dan menarik perhatian saya untuk melakukan penelitian pada Sentra Batik Wastralingga Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian akan mengambil tema menganalisis harga kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berdasarkan rekomendasi yang dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga Kabupaten Purbalingga ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga Kabupaten Purbalingga ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada Sentra Batik Wastralingga Kabupaten Purbalingga ?

LITERATURE REVIEW

Kualitas Produk dan Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam blog yang ditulis oleh Rosianasfar (2013), kualitas berarti tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf mutu. Berkualitas diartikan bahwa sesuatu mempunyai kualitas atau mutu yang baik.

Menurut Wibowo (2014), kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Heizer dan Render (dalam Wibowo 2014), mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

Menurut Kotler dan Keller dalam bob sabran (2013), terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk yang terdiri dari:

1) Penampilan (*Performance)*
   Yaitu karakteristik operasi suatu produk utama, seperti kemudahan kenyamanan.
2) Daya Tahan (*durability*)

Yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.

3) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*conformance to specification*)
   Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditentukannya cacat pada produk.
4) Fitur (*features*)
   Yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

Zakaria dan Astuti (2013) menjelaskan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya. Lenzun et al., (2014) menjelaskan bahwa harga adalah pernyataan nilai dari suatu produk yang merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Menurut Manus dan Lumanauw (2015) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memperoleh produk atau jasa dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan daya belinya.

Kepuasan Pelanggan

Nughroho (2015) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal dan maksimal maka dapat mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan dapat diukur dari dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi. Menurut Tjiptono dan Diana (2019), kepuasan pelanggan merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan secara memuaskan, pemasaran berpandang bahwa tujuan organisasi akan tercapai dengan efektif apabila konsumen merasa puas. Pada akhirnya penjualan perusahaan akan bertumbuh dan pada akhirnya tujuan organisasi tersebut dapat terwujud.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwitho (2017), bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk,dan harga masing-masing mempuanyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tema yang dibahas, penelitian ini dapat digolongkan kedalam jenis penelitian kuantitatif. Secara teknis penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang dapat diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi selain itu penelitian kuantitatif melakukan pemeriksaan secara detail, terperinci terhadap suatu peristiwa atau kasus tertentu yang sedang terjadi. Penelitian kuantitatif mempunyai tujuan untuk membantu menemukan hubungan antara variabel yang ada dalam sebuah populasi.

Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga Purbalingga. Penelitian ini menggunakan Probability sampling, dengan menggunakan rumus Slovin, diambil sampel sebanyak 77 responden dari para pelanggan melalui penyebarkan kuisioner. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap item skala memiliki bobot dari 1 hingga 5 dalam pengukuranya. Untuk menganalisis kuantitatif menggunakan bantuan SPSS 26. Untuk menguji hipotesis dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji T, dan uji F.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,303	0,2242	Valid
	X1.2	0,605	0,2242	Valid
	X1.3	0,722	0,2242	Valid
	X1.4	0,819	0,2242	Valid
	X1.5	0,731	0,2242	Valid
	X1.6	0,807	0,2242	Valid
	X1.7	0,622	0,2242	Valid
	X1.8	0,758	0,2242	Valid
	X1.9	0,720	0,2242	Valid
Harga	X2.1	0,670	0,2242	Valid
	X2.2	0,646	0,2242	Valid
	X2.3	0,795	0,2242	Valid
	X2.4	0,660	0,2242	Valid
	X2.5	0,743	0,2242	Valid
Kepuasan Pelanggan	X3.1	0,779	0,2242	Valid
	X3.2	0,770	0,2242	Valid
	X3.3	0,768	0,2242	Valid
	X3.4	0,766	0,2242	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pengujian tabel 1 ditunjukkan r hitung 0,303 > r tabel 0,2242 sehingga dikatakan bahwa hasil uji valid. Dengan kata lain butir-butir pertanyaan tersebut mewakili atau membentuk dari variabel kepuasan pelanggan.

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Role of Thumb*	Keterangan
Kualitas Produk	0,824	0,6	Reliabel
Harga	0,739	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,767	0,6	Reliabel

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 dimana masing-masing variabel nilai *cronbah's alpha* lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,306427055
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,057
	Negative	-,089
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2023

Menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asymp.sig sebesar 0,200 yang dapat dikatakan bahwa nilai asymp.sig 0,200 lebih besar dari pada 0,05 maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa data yang didapatkan dan diolah berdistribusi normal.

Tabel 4: Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,064	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Harga	0,054	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2023

Pengujian ini menggunakan metode uji *Glejser*. Pada variabel kualitas produk nilai sig sebesar 0,064 dan variabel harga memiliki nilai sig sebesar 0,054 artinya kedua variabel ini memiliki nilai sig lebih besar dari pada 0,05 maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,750	1,333	Tidak Terjadi Multikonilierit as
Harga	0,750	1,333	Tidak Terjadi Multikonilierit as

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki nilai *tolerance* kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolinieritas.

Tabel 6: Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien B	Standar Error	t	sig
Konstanta	5,024	1,698	2,959	0,004
Kualitas Produk	0,241	0,046	5,202	0,000
Harga	0,173	0,072	2,420	0,018

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diatas menunjukkan koefisien B merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$Y = 5{,}024 + 0{,}241\ X_1 + 0{,}173\ X_2 + e$

Dari persamaan diatas maka dapat dijadikan acuan untuk diintepretasikan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta 5,024 bernilai positif artinya bahwa ketika sentra batik Wastralingga dalam membangun sebuah usaha mempertimbangkan kualitas produk dan harga maka kepuasan pelanggan tetap akan meningkat.
- Kualitas produk 0,241 bernilai positif artinya setiap kenaikkan kualitas produk yang dilakukan Wastralingga, akan disertai dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

- Harga 0,173 bernilai positif artinya setiap kenaikkan harga yang dilakukan sentra batik Wastralingga meningkat, akan disertai dengan peningkatan kepuasan pelanggan, hal ini disesuaikan dengan kualitas produk kain batik serta tahap pembuatan yang memerlukan waktu yang lama.

Tabel 7: Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,024	1,698		2,959	,004		
	X1	,241	,046	,518	5,202	,000	,750	1,333
	X2	,173	,072	,241	2,420	,018	,750	1,333

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2023

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel kualitas produk adalah 5,202 dengan nilai sig 0,000. Hasil analisis sig 0,000 lebih kecil dari pada 0,05 artinya secara individu variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai t hitung yang dihasilkan pada variabel harga adalah 2,420 dengan nilai sig 0,018. Hasil analisis sig 0,001 lebih kecil dari pada 0,05 artinya secara individu variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 8: Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106,365	2	53,182	30,340	,000[b]
	Residual	129,713	74	1,753		
	Total	236,078	76			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 didapat nilai F hitung 30,340 dengan F sig 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka Ho ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671[a]	,451	,436	1,324

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Tabel 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Data diolah, 2023

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai R *square* sebesar 0,451 (45,1%) maka dapat di interpretasikan bahwa kemampuan model kualitas produk (X1) dan harga (X2) menerangkan variasi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 45,1% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 54,9% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini, nilai tersebut didapatkan dari jumlah persen (100% - 45,1% = 54,9%).

Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan nilai sig uji-t yang sebesar 0,000 Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sentra batik Wastralingga. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk semakin baik maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang diharapkan. Mengacu pada pemaparan tersebut maka sangatlah jelas bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

b. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan nilai sig uji-t yang sebesar 0,018 Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sentra batik Wastralingga. Mengacu pada pemaparan tersebut maka sangatlah jelas bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

c. Pengaruh Secara Simultan Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan variabel kualitas produk dan harga, kedua variabel didapat nilai F hitung 30,340 dengan F sig 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka Ho ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian variabel kualitas produk dan harga sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis yang dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan.

Pertama, variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga Purbalingga, hal ini ditunjukkan kualitas bahan kain yang digunakan sangat diperhatikan dengan baik, seperti jenis batik cap dan tulis yang di tawarkanya. Kedua variabel harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga, hal ini ditunjukkan adanya kualitas produk yang bagus tentu akan mengikuti harga yang sesuai dengan kualitasnya. Pelanggan merasa puas karena batik yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan. Terakhir, secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Sentra Batik Wastralingga Purbalingga.

REFERENCES

Edward Efendi Silalahi, A. D. (2022). PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PELAYANAN TEKNIK DI PT. MAHIZA KARYA MANDIRI CABANG BEKASI. 20(1), 105–123.

Febiani Sofie, S. E. F. (2018). Identifikasi Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Usaha Menengah (Studi Pada CV. Kota Agung).

Halsa, D., Hawignyo, H., & Supriyadi, D. (2022). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 663. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.528

Hasanah, Y. N., Anggraeni, O., Suwali, S., Kusnaman, D., Hasibuan, R. R., & Efendi, B. (2025). Entrepreneurial Marketing and Marketing Performance in Gen Z Entrepreneurs: Exploring the Mediating Pathways to Entrepreneurial Resilience. *Journal of Ecohumanism*, *4*(1), 3583-3602.

Hasibuan, R. R., Novandari, W., & Setyanto, R. P. (2024). The role of digital literacy on the social media performance of batik MSMEs with digital capability as an intervening variable. *International Journal of Business and Quality Research*, *2*(03), 39-54.

Hasibuan, R. R. (2024). Dampak Personal Branding Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *House of Management and Business (HOMBIS) Journal*, *3*(2), 57-62.

Hasibuan, R. R. H., Suliyanto, S., & Novandari, W. (2025). PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA PEMASARAN DAN KEMAMPUAN DIGITAL TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI PERSEPSI IKLAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATING. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis* (Vol. 3, No. 01, pp. 317-341).

Irawan, H. (2021). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi), 6(01), 29–38. https://doi.org/10.36665/jusie.v6i01.414

Mubaroqah, S., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. Journal of Economics and Business Mulawarman University, 17(2), 222–226.

Muchammad Satrio Wibowo, & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. Jurnal Manajemen

Perhotelan Dan Pariwisata, 6(1), 25–32. https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108

Nabawi, R. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 2(2), 170–183. https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667

Nasrullah, M., Salam, R., Pratiwi, D., & Niswaty, R. (2017). Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Keyahbandaran Utama Makassar. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 18(2), 206. https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1505

Pangalila, C. P., Pandowo, M. H. C., Rogi, M. H., Self, P., Dan, C., Kerja, S., Perilaku, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., Pangalila, C. P., Pandowo, M. H. C., & Rogi, M. H. (2024). CYBERLOAFING PADA PEGAWAI PT HASJRAT ABADI TENDEAN MANADO THE EFFECT OF SELF CONTROL AND WORK STRESS ON CYBERLOAFING BEHAVIOR IN PT Jurnal EMBA Vol . 12 No . 01 Februari2024 , Hal . 818-827. Manajemen, 12(01), 818–827.

Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset Di Business Center Purbalingga 3. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, *1*(1), 6-12.

Setyanugraha, S., & Hasibuan, R. R. (2020). Anteseden Loyalitas Konsumen Dari Pemberian Layanan Produk Internet PT. Laxo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, *6*(1), 21-30.

Shavira, A. V., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sri Rejeki Isman Tbk. Jurnal Multidisiplin Ilmu, 2(04), 1010–1022.

Vanessa, V., & Nawawi, M. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 4(2), 497. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18257

Wijiasih, P., Wahyuningsih, T. H., & Amir, D. A. (2020). Pengaruh Stres Kerja , Lingkungan Kerja Fisik dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Sleman. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 1(2), 201–211.