



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4(2) 2024: 597-604

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Outlet Bakso Aci di Pulau Jawa

Ahmad Fadillah¹, Farhan Mahera²

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: fadilahahmad248@gmail.com¹; maherafarhan98@gmail.com²

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima Maret 2024 Disetujui April 2024 Diterbitkan Mei 2024	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemasaran bakso aci di Pulau Jawa. Jenis Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penjualan usaha bakso aci di daerah Jawa Barat, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga dan jumlah pelanggan dimana harga terdiri dari harga langsung yang sudah ditentukan dari pihak pedagang bakso aci. Sumber data yang digunakan terdapat data primer dari wawancara, dan juga data sekunder berupa jurnal, dokumen dan lainnya. Dan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	ABSTRACT <i>The purpose of this research is to determine the marketing of meatballs on the island of Java. This type of research method uses qualitative methods. This research was conducted to analyze sales of meatball businesses in the West Java region. The independent variables used in this research are price and number of customers, where price consists of the direct price determined by the meatball seller. Data sources used include primary data from interviews, and also secondary data in the form of journals, documents and others. And the research results show that product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions.</i>
Keywords: Service quality, Customer satisfaction	

PENDAHULUAN

Bakso adalah makanan yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia, baik dari kalangan menengah ke bawah maupun menengah ke atas, baik masyarakat yang tinggal di desa maupun yang tinggal di perkotaan. Hampir di setiap jalanan, perumahan, perkantoran dan tempat-tempat umum, kumpulan pedagang kaki lima, dan tempat-tempat kuliner, tempat hiburan, tempat rekreasi dan pasar-pasar, pasti kita jumpai pedagang bakso baik dijual dengan gerobak atau warung/kedai, bahkan di supermarket. Hal ini menunjukkan bahwa bakso menjadi makanan favorit masyarakat Indonesia. Bakso sebenarnya bukan makanan yang berasal dari Indonesia, tetapi berasal dari negara China, seperti diungkapkan Primadia

(2017). Bakso merupakan makanan yang merupakan olahan dari daging (sapi, ayam, ikan, dan udang pada umumnya) yang dicampur dengan tepung tapioka. Dalam membuat bakso, ada beberapa tahapan yang perlu dilalui yaitu penghalusan daging, pembuatan adonan, pencetakan, dan perebusan bakso (Freshily, 2017).

Di era globalisasi ini perkembangan bisnis umkm di indonesia terus ukan tanpa pengaruh perkembangan teknologi yang semakin pesat, para pelaku usaha dapat memasarkan suatu produk atau memperkenalkan suatu produk yang dijualmelalui berbagai teknologi. Berdasarkan unsur pendukung dalam pemasaran suatu produk usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pelaku ekonomi yang partisipasinya pemulihan kondisi perekonomian nasional. Di tengah krisis ekonomi, UMKM tetap eksis dan berkembang dalam pengelolaan usahanya. Karena di zaman yang serba maju ini mengharuskan pelaku bisnis untuk membuat strategi dengan inovasi-inovasi yang lebih baru mengikuti permintaan pasar baik dalam meningkatkan kualitas produk atau meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan bakso dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sehingga penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi tentang bagaimana pedagang bakso umkm dapat meningkatkan produk dan layanan mereka. Karena Layanan yang buruk akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen, dengan adanya ketidakpuasan konsumen akan menimbulkan citra yang buruk padausahakedepannya, sehingga konsumen tidak hanya akan pergi, tapi juga meminta konsumen lain untuk mengunjungi tempat lain. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik perusahaan kepada konsumen dan mampu mengatasi masalah.

KAJIAN LITERATUR

Citra Merek

Citra Merek adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen (Keller & Swaminathan, 2020, hlm. 3). Ingatan yang konsumen tersebut tentunya dibentuk oleh pengalaman menggunakan produk tersebut atau persepsi dan pendapat konsumen lain. Seperti yang diungkapkan oleh Firmansyah (2019, hlm. 60) citra merek adalah suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari jajaran produk tertentu.

Harga

Menurut Kotler dan Amstron Mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller mengartikan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Keputusan Pebelian

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Menurut Kotler & Amstron (2008), keputusan pembelian merupakan membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Menurut Assauri (2004), keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian

yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Menurut Djaslim Saladin (2003), pengertian Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Salah satu tanda keberhasilan perusahaan adalah kemampuannya untuk memuaskan pelanggan mereka. Karena bisnis dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar mereka dengan menyediakan pelanggan dengan apa yang mereka inginkan. Menurut Tse dan Wilton dalam Jurnal (Ngadino et al., 2017) "Reaksi pelanggan terhadap penilaian perbedaan antara harapan yang dirasakan sebelumnya dan kompetensi produk yang sebenarnya setelah digunakan disebut sebagai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan". Sementara menurut (Daryanto & Ismanto Setyobudi, 2014) "Kepuasan pelanggan ialah evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan setelah menggunakan afinitas product untuk melihat apakah kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi". Pada Engel et al. dalam buku (Puspaningrum, 2017) mengartikan juga mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bentuk evaluasi sesudah pembelian pada jalan alternatif yang dipilih setidaknya dapat kurang samajuga melampaui harapan persepsi pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan muncul ketika hasil yang muncul atau dirasakan tidak memenuhi harapan persepsi pelanggan. berdasarkan beberapa pemaparan para ahli mengenai kepuasan pelanggan dapat di ambil kesimpulan yaitu kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan yang timbul dari produk yang dipergunakannya dan yang dirasakannya sesuai dengan apa yang diharapkan.

METODE

Metode penelitian yang diterapkan adalah dengan menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Metode Systematic Literature Review (SLR) adalah pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan merangkum penelitian-penelitian yang relevan dalam suatu bidang tertentu dengan cara yang teliti dan terstruktur. Tujuannya adalah untuk menyediakan pemahaman yang mendalam tentang topik tertentu berdasarkan bukti ilmiah yang telah diterbitkan.

Metode bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu objek sesuai dengan keadaan. Peneliti akan menggunakan teknik wawancara dan observasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Metode pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari tempat penelitian dan juga data sekunder yang berasal seseorang atau konsumen yang pernah mencoba atau membeli bakso di pulau jawa. Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah: "Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti". Sedangkan Menurut Hasan (2002) Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer, dimana data ini bisa diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bakso pertama kali masuk Indonesia dibawa oleh para pedagang Cina yang merantau dan menetap di wilayah Nusantara kala itu. Seiring perkembangannya, terus dilakukan inovasi pada sajian bakso yang kini memiliki berbagai jenis varian mulai dari isian keju, mercon (daging bercabai), bakso ikan, bakso udang, bakso gepeng, bakso beranak, hingga bakso iga sapi yang berukuran besar. Bakso adalah salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia. Biasanya bakso bisa ditemui dipinggir jalanan dengan pedagang kaki lima yang memiliki cita rasa yang khas sehingga menjadikan pelanggan menjadi ketagihan. Akan tetapi pelanggan akan merasa kesulitan ketika seseorang menemui cuaca yang kurang mendukung untuk beranjak dari rumah. Dengan berkembangnya teknologi yang pesat seperti saat ini menjadikan masyarakat lebih mudah untuk mendapatkannya. Perkembangan penjualan bakso khususnya di daerah Jawa Barat mulai berkembang pesat di zaman yang sudah masuk modern ini bahkan penjualannya bisa masuk ke dalam pemesanan online atau catering dengan bertujuan dapat masuknya penjualan usaha bakso ini di berbagai macam event atau acara mulai dari pesta ulang tahun, pernikahan dan lain sebagainya.

Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai (Mulyadi dalam (Musa, 2016). penjualan yaitu proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak (William G. Nickels dalam buku *Understanding Business* (1998)).

Aspek Pasar Kompetitor yang ada di pasar bakso sudah sangat banyak. Ini merupakan tantangan bagi bisnis bakso aci yang baru akan lahir. Masing-masing kompetitor biasanya sudah memiliki konsumen tetap (langganan) dalam penjualan produk mereka. Namun ini tidak menjamin cakupan pasar yang semakin meluas. Pemasaran yang digunakan biasanya hanya pemasaran dari mulut ke mulut. Permasalahan ini dapat diatasi dengan menambah jalur-jalur pemasaran seperti pemanfaatan media sosial dan marketplace. Adapun produsen bakso aci instan yang sudah bergerak hanya bergerak di ranah produk instan dan bergantung sepenuhnya kepada bisnis online. Meski cakupan pasarnya lebih luas dari penjual bakso di kios-kios atau gerai, kegiatan bisnis yang biasanya dilakukan secara online ini memiliki beberapa kendala seperti sepenuhnya bergantung pada internet dan kendala pengiriman.

Dalam penelitian ini menggunakan 5 artikel yang sesuai kriteria. 1 artikel tahun 2020, 1 artikel tahun 2022 dan 3 artikel tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan penjualan bakso aci di pulau Jawa yang dilihat dari aspek ekonomi dan aspek lingkungan. Akan dipaparkan hasil penelitian berupa uraian deskriptif yang bersifat kualitatif berupa kata-kata. Berdasarkan analisis hasil wawancara peneliti terhadap penjualan bakso aci yang ada di pulau Jawa, pertumbuhan usaha penjualan dilihat dari karakteristik dan permasalahannya yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu, aspek ekonomi yang terdiri dari modal usaha dan pendapatan usaha, aspek sosialbudaya yang terdiri dari Pendidikan dan pendatang, dan aspek lingkungan yang dilihat dari lokasi usaha.

NO	NAMA JURNAL DAN PENULIS	METODE PENELITIAN	TAHUN
1	ANALISIS HARGA, INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN PROSES BISNIS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BAKSO ACI TATA SNACK. (Marwita Andarini, Nur Laely Wigati, Nurul Laily)	Penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan sampel responden sejumlah 116 orang. Responden tersebut dihubungi untuk mengisi kuisioner secara online sebanyak 116 responden, kemudian dilakukan rekapitulasi data dengan jumlah 116 responden. Dilanjutkan uji regresi linier berganda dengan hasil jika kepuasan konsumen bekerja 1 satuan terhadap harga meningkat sebesar 0,05, inovasi meningkat sebesar 0,146, promosi meningkat sebesar 0,058 dan proses bisnis meningkat sebesar 0,402.	2020

2	PENGARUH HARGA, LABEL HALAL DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK BAKSO ACI TAUBAT FOOD (Yuzakky Amrullah, Dahruji)	Metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan teknik olah data sampel menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan skala Likert melalui kuesioner dalam proses pengumpulannya untuk mendapatkan data primer dari kriteria responden yang sesuai dengan jumlah 100 orang	2022
3	PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA OUTLET BASO ACI ACILA DI GULUN KOTA MADIUN (Gabriel Jesmeison Purba, Ninik Srijani, Wikanso)	Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan spss versi 26 sebagai alat bantu olah data. Adapun Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Isindetal sampling digunakan sebagai Teknik untuk pengambilan sampel.	2023
4	PERENCANAAN BISNIS BAKSO ACI DENGAN KOMBINASI DAGING IKAN SEBAGAI VARIASI PRODUK OLAHAN IKAN DI KABUPATEN SUKABUMI (Rifal Pahrijal, Muhammad Nur Fitroh, Yusuf Iskandar)	Perencanaan bisnis ini dilakukan dengan pendekatan Business Model Canvas(BMC). Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menyajikan kanvas berisi 9blok yang berkaitan.	2023
5	PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH “BASO ACI CINGCAY RADJA RASA”DI KECAMATAN RANCAEKEK (Dandan Hamdani)	Metode yang digunakan dalam pendampingan untuk pengembangan usahamikro kecil dan menengah dipilih metode yang paling tepat yang disesuaikan dengan kondisi. pelaku usahayaitu orang dewasa yang sudah memiliki pengalaman tentang berusaha sebagai pengusaha mikro,yang telahmenghadapi permasalahan dan memecahkan permasalahan untuk menjadiUMKM yang mandiri, tangguh sehingga memiliki bargaining positionyang tinggi.	2023

No.	NAMA DAN TAHUN	HASIL / KESIMPULAN
1	Marwita Andarini ,Nur Laely Wigati , Nurul Laily (2020)	Dari hasil penelitian yang didapatkan, saran – saran yang dapat membangun motivasi agar bisnis bakso aci mengalami peningkatan yaitu melakukan evaluasi terhadap harga produk yang digunakan sebagai nilai tukar didalam pemasaran. Didalam variabel harga perlu dilakukan strategi – strategi agar tetap diminati konsumen.

		Kemudian dari segi promosi, alangkah lebih baiknya menggunakan jasa endorsement untuk pemasaran produk, kemudian membuka reseller yang memang konsisten dibidang pemasaran bakso aci. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya dapat melakukan penelitian sebidang dengan penelitian ini, menggunakan lingkup variabel 7P.
2	Rifal Pahrijal, Muhammad Nur Fitroh, Yusuf Iskandar (2022)	Bisnis BACIKAN (Bakso Aci Ikan) memiliki potensi keuntungan yang besar sehingga layak untuk dijadikan sebuah bisnis. Implementasi strategi yang tepat dapat membuat bisnis ini berhasil mencapai tujuannya. Selain itu, basis kewirausahaan sosial yang diusung dan diimplementasikan dengan pengadaan kemitraan membuat tujuan dalam meningkatkan nilai tambah dan penghasilan masyarakat dapat dicapai
3	Yuzakky Amrullah & Dahruji (2023)	Peneliti dapat memberi kesimpulan atas penelitian "Pengaruh Harga, Label Halal, dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Aci Taubat Food" yakni sebagai berikut: 1) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Aci Taubat Food; 2) Label Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Aci Taubat Food; 3) Strategi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Aci Taubat Food; dan 4) Harga, Label Halal, dan Strategi Pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bakso Aci Taubat Food.
4	Gabriel Jesmeison Purba, Ninik Sriyani, Wikanso (2023)	Berdasarkan pengujian dan analisis hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1. Terdapat

		<p>pengaruh dari Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil yang diperoleh dalam pengujian hipotesis pertama diterima, yang berarti bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena harga merupakan alat penentu keberhasilan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Semakin terjangkau dan sesuai dengan harapan pelanggan maka harga akan semakin kuat mempengaruhi kepuasan pelanggan.2.Terdapat pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil yang didapatkan dalam pengujian hipotesis kedua diterima, artinya bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.Karena semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.3.Terdapat pengaruh dari harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang didapatkan dalam pengujian hipotesis ketiga diterima, yang berarti bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Karena harga dan kualitas pelayanan merupakan factor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan</p>
5	Dandan Hamdani (2023)	<p>Kegiatan Pengembangan dan Pendampingan bagi pelaku usaha sangat diperlukan karena salah satunya pelaku usaha UMKM sangat kurang dalam manajemen bisnisnya, maka diterapkan pada usahamikro kecil yang lainnya.</p>

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti harga, citra rasa, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner bakso aci, terutama di Pulau Jawa. Faktor emosional juga terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan, di mana apresiasi dan penghormatan terhadap konsumen dapat meningkatkan kepuasan mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan para pelaku usaha dapat terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan terus melakukan penelitian dan evaluasi terhadap faktor-faktor tersebut, diharapkan bisnis kuliner bakso aci di Pulau Jawa dapat terus berkembang dan memberikan pengalaman positif bagi konsumen dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bakso aci dipulau jawa. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan. Maka konsumen akan semakin merasa puas terhadap pelayanan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Tercapainya kualitas pelayanan yang tinggi akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen karena kualitas pelayanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Ketidakpuasan pada salah satu atau lebih dari dimensi layanan akan memberikan kontribusi terhadap tingkat pelayanan secara keseluruhan.

REFERENSI

- Boedianto, Laurentia Priska, and Dhyah Harjanti. "Strategi Pengembangan Bisnis pada Depot Selaris dengan Pendekatan Business Model Canvas." *AGORA*, vol. 3, no. 2, 2015, pp. 292 - 301, <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/3687/3355>. Accessed 6 June 2022.
- Freshily, Vivi Indriasti. "Aplikasi Serbuk Daun Salam dengan Penambahan Karagenan Sebagai Pengawet dan Pengenyal pada Bakso." 2017, <https://e-journal.uajy.ac.id/12584/1/BL013970.pdf>. Accessed 6 June 2022.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2016). *Marketing Management*. 15e, Boston, Pearson Education
Daftar pustaka ditulis dengan menggunakan jenis *font* times new roman, ukuran 11 poin, spasi singel. Daftar pustaka yang dimuat harus disitasi pada tulisan dengan merujuk pada format APA-style (lihat <http://www.apastyle.org/>).
- Madia, Adara. (2017). *Sejarah Bakso*. Sejarah Lengkap.com. <https://sejarahlengkap.com/indonesia/sejarah-bakso/attachmen> diakses pada 6 Juni 2017
Suwithi dan Anwar. (2013). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Rajawali.
- Ma'rifah, Siti, et al. "Pelatihan Membuat Perencanaan Bisnis (Business Plan) Dalam Meningkatkan Daya Sain gUMKMP pada Skala Mikro." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Mengabdikan (JIMAWAbdi)*, vol. 1, no. 1, 2021, pp. 43-46, [hp://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAB/article/view/10383/6480](http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAB/article/view/10383/6480). Accessed 6 June 2022.
- Saidani, B., & R Sudiarditha, I. K. (2019). Marketing Mix-7Ps: The Effect on Customer Satisfaction. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 7(1), 72-86. <https://doi.org/10.21009/jpeb.007.1.7>