

**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN  
PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA PT TELKOM AKSES MEDAN**

Nailul Muna<sup>1\*</sup>, Nuri Aslami<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: <sup>1)</sup> [nailulmuna465@gmail.com](mailto:nailulmuna465@gmail.com), <sup>2)</sup> [nuriaslami@uinsu.ac.id](mailto:nuriaslami@uinsu.ac.id)

**Abstrak**

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. atau biasa disebut dengan TELKOM merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bagian jasa layanan telekomunikasi dan jaringan pada wilayah Indonesia. Sebagai perusahaan milik negara yang mana sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Perusahaan penyelenggara bisnis TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment and Service*) milik negara yang terbesar di Indonesia, yaitu sebuah portfolio bisnis yang lebih lengkap mengikuti tren perubahan bisnis global pada masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatan produk dan pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Akses Medan. Metode yang digunakan terdapat dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan perhitungan terhadap jumlah respon konsumen dengan menggunakan kuesioner. Kasus ini menjelaskan tentang konsumen pada PT. Telkom Akses Medan yang mewajibkan memberi perhatian serta pelayanan terhadap pelanggannya baik itu dari kualitas produk maupun dari pelayanan jasa, agar pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan terhadap penggunaan produk IndiHome.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan Jasa, Kepuasan Pelanggan.

**Abstract**

*PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk or commonly referred to as TELKOM is a state-owned company engaged in telecommunications and network services in the territory of Indonesia. As a state-owned company whose shares are traded on the stock exchange, the majority shareholder of the company is the Government of the Republic of Indonesia while the rest is controlled by the public. The largest state-owned TIMES (Telecommunication, Information, Media, Education and Service) business provider company in Indonesia, which is a more complete business portfolio following the changing trends of global business in the future. This study aims to determine how to improve products and services on customer decisions at PT Telkom Access Medan. The method used in this research is to use a qualitative method by calculating the number of consumer responses using a questionnaire. This case describes consumers at PT. Telkom Access Medan which requires attention and service to its customers, both in terms of product quality and service, so that customers can increase their level of satisfaction with the use of IndiHome products.*

Keywords: *Product Quality, Service, Customer Satisfaction.*

**1. PENDAHULUAN**

Seiring menggunakan perkembangan waktu cukup berkembang sesuai dengan kebutuhan insan maka semakin meningkatnya bagian teknologi info serta komunikasi, sebagai akibatnya memacu pelanggan buat menaikan masa pemakaian teknologi terhadap

kehidupan sehari-hari (Sitoresmi, 2022). Teknologi yang membuat berita dan telekomunikasi yang pertamanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupan bermasyarakat (Lestari, 2019). Ketika itu dalam bagian tidak dipisahkan sebagai menjadi kebutuhan hayati.

Terpenuhnya keinginan terhadap informasi yang pertama ialah sangat tertekan, maka tentu didapat oleh media informasi misalnya berita terkini, yang berhubungan dengan koran, yang sering dengan perkembangan zaman yang dapat ditemukan lewat media informasi elektronik misalnya radio ataupun televisis, perubahan teknologi yang pertama hanya lewat tulisan hingga berkembang lewat media komunikasi atau telepon koin, dan bisa juga telepon yang ada di rumah masyarakat. Seiring dengan berputarnya waktu, informasi dan komunikasi sekarang ini ialah terpenuhnya keinginan tersebut yang bisa ditemukan lewat media canggih ialah dengan memakai suatu perubahan teknologi internet. Internet ialah satu-satunya perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat memberikan keunggulan, praktis serta memudahkan. Kelangsungan teknologi tersebut dapat menambahkan suatu kenaikan ekonomi. Konsumen melalui suatu produk-produk warisannya contohnya internet mobile ataupun proses yang mudah lainnya berbagai bentuk transaksi perbankan lewat internet.

Organisasi yang memicu pada perkembangan zaman ialah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau sering dikenal dengan nama Telkom. Telkom adalah organisasi besar dimana perusahaan tersebut bisa dikatakan salah satu perusahaan yang berdiri dibagian bidang teknologi, informasi serta komunikasi, yang mana perusahaan tersebut telah dimiliki oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Telkom sendiri adalah organisasi yang awal di Indonesia yang fokusnya terhadap perubahan dunia teknologi, informasi serta komunikasi di Indonesia pada zaman Belanda sampai sekarang. Namun, saat ini PT. Telkom sangat berfokus terhadap pemberian layanan yang baik terhadap penduduk Indonesia, baik itu seperti layanan Internet, TV kabel maupun telepon rumah. Yang termasuk produk di perusahaan Telkom adalah produk IndiHome Fiber Optic atau lebih dikenal sebagai sebutan IndiHome.

IndiHome sudah termasuk produk keluaran baru dari PT. Telkom sendiri, IndiHome beredar pada tahun 2013, produk IndiHome telah menggantikan posisi dari produk Speedy dan Groovia. Hal ini dikarenakan produk IndiHome ini dapat menghasilkan pelayanan yang berupa Triple Play seperti telepon rumah, internet on fiber atau high speed internet dan UseTV Cable (IP TV) beserta beberapa tambahan lainnya yang dipromosikan dalam satu paket ke setiap rumah yang telah dipasang jaringan fiber optic disuatu wilayah.

Adanya pembangunan komunikasi yang ada di Indonesia ini berkeinginan untuk memberi pelayanan yang cukup maksimal mungkin terhadap konsumen serta adanya pemakaian jasa komunikasi yang berskala global. Perebutan dalam dunia industri saat ini sangat ketat baik itu tatap muka ataupun yang tidak tatap muka dengan memberikan setiap usaha industri, kecuali industri informasi dan juga komunikasi terkhusus pada PT. Telkom Indonesia Tbk secara terus terusan agar supaya melakukan peningkatan kepuasan terhadap konsumennya sehingga tetap canggih dan unggul di bandingkan dengan para pesaingnya. Oleh sebab itu, usaha ini juga harus melakukan evaluasi dan revisi kearah yang di tuju lebih baik lagi setiap unsur-unsurnya. Dengan cara salah satu untuk memberikan konsumen, usaha pada saat ini yaitu dengan memberikan informasi untuk beberapa para konsumen, dengan

cara memberikan kepuasan untuk layanan yang telah diberi oleh PT. Telkom untuk pada PT. Telkom Akses Medan terhadap pelanggan.

Perusahaan yang dituju berkembang dan mampu mendapatkan keunggulan lebih serta dapat unggul dengan baik, sehingga mau memberikan suatu barang dan jasa yang lebih unggul (Rachmawati, 2011). Keunggulan tersebut memiliki peran yang sangat penting, baik itu memandang dari pelanggan yang ingin memberikan tingkat pelayanan maupun dari sisi pandang konsumen yang memperhatikan beberapa memberikan kualitas untuk di pertahankan dan di perluas dengan di jangkau di pasaran. Seperti yang dijelaskan oleh Ngafifi (2014), oleh karena adanya pelayanan jasa yang bagus maka pelanggan merasakan kepuasan dan memberikan dukungan terhadap melaksanakan pemasaran yang di beri nama *word of mouth* memberikan dampak positif terhadap kepuasan produk. Kepuasan konsumen ialah jawaban dari perubahan pelanggan atau konsumen menganut kualitas pelayanan pelanggan dan berakibat semakin tingginya kelebihan yang di lakukan pelanggan terhadap produk tersebut (Khoiria & Anwar, 2021). Suatu pelayanan oleh usaha dikatakan berkualitas bila layanan tersebut dapat terpenuhi kebutuhan serta dapat memenuhi suatu keinginan konsumennya dapat merasakan sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh organisasi tersebut.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1. Kualitas Produk**

Produk ialah segala sesuatu yang bisa diberikan untuk memenuhi suatu keinginan serta kepada konsumen. Pelanggan dapat memuaskan kebutuhan serta keinginannya lewat produk yang diinginkan. Kata lain dari produk ialah penawaran atau bisa juga dikatakan sebagai pemecahan. Dimana produk tersebut dapat dibedakan menjadi 3 jenis seperti barang, jasa serta gagasan. Produk juga memiliki penjelasan sebagai barang-barang atau fisik maupun jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (2014) kualitas produk yaitu suatu pemahaman yang ada pada suatu produk kemudian dapat diperagakan atau dijelaskan maksudnya, hal ini juga termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, kecepatan, kemudahan pengoperasiannya dan reparasi produk serta atribut-atribut lainnya. Kualitas produk ialah pemahaman seseorang terhadap suatu barang yang mana barang tersebut dapat memberikan hasil maupun kinerja yang sesuai dengan keinginan seorang pelanggan bahkan bisa juga bertambah dari apa yang konsumen inginkan.

Sedangkan menurut Minor & Mowen (2002) kualitas produk ialah sebuah hasil dari proses suatu evaluasi yang mana proses tersebut dapat diberikan secara keseluruhan terhadap pelanggan dengan ketentuan atas perbaikan kinerja suatu produk dari perusahaan tersebut.

### **2.2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan ialah suatu tingkat kelebihan dimana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan seorang pelanggan yang diberikan oleh suatu perusahaan terhadap pelanggannya. Pelayanan merupakan salah satu fungsi yang sangat utama yang dapat diberikan oleh pemerintah. Pemerintah tersebut telah menempati tempat sebagai lembaga yang harus menyalurkan atau mencukupi keinginan terhadap masyarakat. Pelayanan juga memiliki arti yang disebut sebagai perbaikan dalam bahasa inggris, yang menurut Kotler

dikutip oleh Tjiptono yang karna artinya “setiap hal yang dilakukan terhadap apa yang dipromosikan oleh pihak satu kepada pihak yang lain, yang mana pada dasarnya tindakan tersebut bersifat tidak berwujud fisik dan juga tidak dapat menghasilkan sebuah kepemilikan terhadap sesuatu” (Tjiptono, 2006).

Sutopo dan Sugiyanti juga menjelaskan bahwa pelayanan memiliki arti yaitu sebagai pertolongan untuk menyiapkan ataupun mengurus apa yang dibutuhkan oleh seseorang terhadap keinginannya (Sutopo & Sugiyanti, 1998). Pelayanan merupakan suatu tindakan yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka untuk menarik para pelanggan ataupun pembeli agar pembeli tersebut ingin memakai produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan akhirnya akan terjadi transaksi jual beli.

Menurut Kotler (2005) menyorot bahwa pelayanan merupakan setiap aktivitas atau kegiatan serta kegunaan yang bisa diterima antara pihak satu kepada pihak yang lain, namun pada umumnya pelayanan tersebut tidak dapat berwujud dan tidak juga bermasalah terhadap suatu kepemilikan.

### **2.3. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan sering kita dengar dengan kosa kata yang memang harus digunakan oleh setiap perusahaan bisnis. Dimana kepuasan pelanggan juga sangat berpengaruh besar terhadap potensi-potensi yang diberikan dengan sejumlah manfaat yang spesifik, seperti yang berdampak positif terhadap layanan jasa serta kualitas produk yang diberikan akan menjadi sumber pendapatan yang akan datang, terutama jika pelanggan tersebut dapat melakukan pembelian ulang (*repurchase*) (Handayani & Anwar, 2021).

Menurut Zeithaml dan Bitner (2005) dalam buku Sangadji & Sopiah (2013), terdapat penjelasan mengenai kepuasan pelanggan yang memiliki makna tersendiri yaitu jika ada seorang pelanggan yang merasa akan sangat puas terhadap suatu produk ataupun jasa yang dibeli dan yang mereka gunakan, maka pelanggan tersebut akan kembali menggunakan produk/jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Adapun menurut Kotler (2005) dalam buku yang sama oleh Sangadji & Sopiah (2013) yang menjelaskan bahwa tingkat keputusan pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari sejauh mana kualitas produk serta pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan harapan pelanggan tersebut akan merasa sangat puas terhadap produk/jasa yang mereka gunakan.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai metode kualitatif, dengan cara mengumpulkan data dengan menggunakan pengerjaan atau pengisian kuesioner dan studi pustaka. Penelitian kualitatif ialah suatu proses penelitian yang bisa memberikan hasil terhadap suatu data penjelasan yang berupa kata tertulis dan perkataan dari beberapa orang serta tingkah laku yang bisa dipahami. Dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif, maka dapat dijelaskan akan adanya suatu permasalahan serta fokus penelitiannya terhadap sesuatu hal yang diteliti. Hal ini juga dijelaskan oleh peneliti data-data yang ditemukan bisa diambil dari hasil wawancara atau penelitian lapangan serta bisa juga diambil dari jurnal-jurnal yang mempunyai keterikatan terhadap permasalahan yang ada, penelitian ini dilakukan sebagai

tujuan untuk dapat mengetahui tentang “Analisis Peningkatan Kualitas Produk Dan Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Telkom Akses Medan”.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan teknologi yang semakin canggih akan sangat berpengaruh serta akan terlihat lebih luas terhadap berbagai perubahan yang ada. Satu-satunya teknologi yang dapat menolong mengikuti perkembangan zaman adalah internet. Dari dulu hingga sekarang kemampuan masyarakat untuk memakai internet semakin canggih dan dapat meningkat dari tahun sebelumnya hingga sekarang ini. Internet kini sangat berkembang pesat sehingga internet sudah menjadi suatu kesatuan gaya hidup kita. Dimulai dari melihat berita, dengan berkomunikasi, kemudian melihat alamat serta melihat hiburan bahkan berbisnis pun dapat dilakukan dengan sangat mudah menggunakan internet. Adanya perkembangan ini, penggunaan internet yang semakin berkembang dah sudah menjadi kebutuhan serta gaya hidup masyarakat, kini internet bisa dikatakan menjadi penyedia kebutuhan bagi perusahaan, seperti adanya penyedia layanan jasa internet yang berkeluaran. Ini dapat memicu perlombaan yang semakin besar bagi wirausaha untuk menunjukkan layanan dan produk yang bagus terhadap konsumennya. Organisasi tersebut harus untuk menunjukkan pelayanan jasa serta produk yang sangat berkualitas maka pelanggannya merasa sangat terpuaskan terhadap apa yang sudah mereka dapat dari organisasi layanan jasa tersebut. Dengan adanya kepuasan pelanggan tersebut akan menolong suatu organisasi menjadi banyak dikunjungi serta banyak peminat untuk menggunakan produk perusahaan tersebut. Layanan jasa yang baik akan membantu pelanggan terasa terpuaskan atas layanan tersebut sehingga pelanggan akan menggunakan produk itu kembali.

Kualitas produk sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dengan membeli ulang serta Kualitas produk tersebut mempunyai hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan, dikarenakan kualitas produk dapat memperlihatkan suatu acuan terhadap pelanggan untuk dapat terlaksananya ikatan yang kokoh dengan suatu organisasi. Kepuasan pelanggan sangat berkaitan terhadap kualitas produk serta kualitas layanan jasa serta sebagian faktor lainnya. Kualitas produk layanan jasa IndiHome ini ada hubungannya terhadap kepuasan pelanggan, adanya kualitas produk serta layanan jasa yang bagus dan sesuai dengan apa yang diharapkan para pelanggan, maka rasa puas terhadap pelanggan akan hadir. Setiap pelanggan pasti akan selalu menginginkan kualitas produk yang bagus dari layanan jasa internet IndiHome ini. Bagusnya jaringan internet juga dapat dipakai dengan stabil ketika penggunaan yang tahan lama serta selalu ada kelebihan-kelebihan lainnya maka kepuasan konsumen juga akan bertambah tinggi dan merasa sangat puas terhadap layanan jasa internetnya.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, sehingga kualitas produk mempunyai sebuah peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan produk yang diberikan IndiHome memiliki tingkat kualitas internet yang baik. Sehingga dapat memicu bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat jika organisasi sudah bisa mendapatkan kualitas yang bagus terhadap pelanggan layanan jasa

IndiHome di Kota Medan. Sehingga konsumen juga sangat merasa puas terhadap kualitas produk yang dikasihkan oleh organisasi tersebut.

Berdasarkan masalah terhadap produk IndiHome, terdapat beberapa masalah yang muncul pada PT. Telkom Akses Medan yaitu mengenai pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan dimana terlihat masih belum maksimal, seperti masih seringnya terjadi gangguan koneksi internet yang dapat menimbulkan terhambatnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan seperti warnet dan operator mini. Beberapa keluhan dari pelanggan ketika ada gangguan terhadap koneksi jaringan internet tidak jalan, maka dapat menghambat aktivitas pelanggan, hal ini dapat membuat konsumen tidak sedikit yang akan pindah ke provider lainnya yang lebih kompatibel.

Dalam melakukan peningkatan kualitas produk, PT. Telkom Akses Medan telah memakai sistem penanganan gangguan yaitu sistem *assurance*. Dengan adanya sistem ini, seluruh keluhan pelanggan yang diterima mengenai keluhan terkait gangguan yang terjadi terhadap jaringan internet maka dapat dilakukan melalui call center Telkom, sosial media, website My Telkom ataupun bisa langsung datang ke kantor Telkom Akses Medan, maka pihak PT. Telkom Akses Medan akan menindaklanjuti masalah tersebut. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sistem tersebut kurang efektif dikarenakan masih ada beberapa pengaduan pelanggan yang tidak tertolong dengan adanya sistem tersebut. Untuk membesarkan tujuan yang diterapkan sistem *assurance* tersebut, maka pihak Manajemen PT. Telkom Akses Medan harus membuat evaluasi, pengecekan serta dapat dilakukan pengukuran *performance* terhadap sistem *assurance* tersebut secara terus-terusan agar *performance* atau kinerja kinerja dari sistem *assurance* tersebut bisa berjalan dengan stabil tanpa ada kendala.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi pelayanan yang akan diperoleh oleh organisasi, dimana hal ini berarti apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan berkualitas, maka konsumen akan merasa senang terhadap layanan perusahaan tersebut. Namun sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan tidak berkualitas, maka pelanggan akan merasa tidak senang dan tidak puas. Kemudian untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi juga kepuasan pelanggan, sehingga tingginya kualitas pelayanan mempunyai sebuah peran yang cukup besar dalam meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan IndiHome mampu memberikan cepatnya respon yang diberikan oleh karyawan sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas produk dan kualitas layanan dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan di PT. Telkom Akses Medan, hal ini dapat diperhatikan bahwa semakin baik kualitas layanan serta kualitas produk, maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik dapat memberikan kemudahan bagi organisasi sehingga hal tersebut dapat mempercepat proses pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen terutama terhadap pelanggan.

Pelayanan yang diterapkan pada PT. Telkom Akses Medan ialah pelayanan yang bisa dirasakan secara langsung oleh pelanggan secara nyata. Karena itu pelanggan dapat langsung bereaksi dengan cepat terhadap jasa pelayanan yang mereka gunakan dengan hal ini sebenarnya dapat menimbulkan kendala bagi PT. Telkom Akses Medan. Apabila pelanggan membicarakan pelayanan yang kurang menyenangkan atau tidak mendapatkan kepuasan

pelayanan terhadap kerabat dekatnya maka PT. Telkom Akses Medan ada kemungkinan akan berkurang pelanggannya dan begitu juga sebaliknya jika pelanggan tersebut menerima pelayanan yang sangat memuaskan maka mereka juga akan membicarakan kepada kerabatnya, sehingga dapat memicu peluang bagi provider yang lainnya. Penilaian kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan ketika penyedia layanan yang bagus, efisiensi dan lebih efektif. Kenaikan kepuasan terhadap pelanggan merupakan hal yang harus yang perlu diperhatikan untuk menambah suatu sistem penyediaan layanan jasa yang cepat terhadap komplain konsumen, mengecilkan biaya dan waktu dan dapat membesarkan dampak pelayanan jasa pada PT. Telkom Akses Medan terhadap pelanggan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang Analisis Peningkatan Kualitas Produk dan Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Telkom Akses Medan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk serta kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Telkom Akses Medan. Dimana hal ini telah dijelaskan bahwa pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Telkom Akses Medan dengan mengadakan penyediaan berbagai fasilitas-fasilitas, pelayanan jasa, kemudahan, keamanan dan lainnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan suatu tingkat kenyamanan serta kepercayaan yang tinggi terhadap pelanggan IndiHome, namun hal tersebut nampaknya masih belum dapat menjadikan pelanggan IndiHome di PT Telkom Akses Medan akan sangat puas terhadap layanan jasa yang diberikan.

Pada jurnal penelitian ini menyarankan agar PT. Telkom Akses Medan dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan layanan jasa yang diberikan perusahaan tersebut terhadap pelanggan, agar pelanggan dapat kembali memakai layanan jasa yang diberikan oleh PT. Telkom Akses Medan dengan nyaman dan berakibat pada kepuasan pelanggan yang maksimal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Handayani, A. S. A., & Anwar, U. S. K. (2021). Kepuasan Dan Kenyamanan Nasabah Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Pt Taspen (Persero) Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 284–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.48>
- Khoiria, S. N., & Anwar, U. S. K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114–116.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.

- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Minor, M., & Mowen, J. C. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1–18.
- Sitoresmi, A. R. (2022). Pengertian Teknologi, Perkembangan, Manfaat, dan Jenisnya yang Wajib Diketahui. *Liputan 6.Com*. <https://hot.liputan6.com/read/4861387/pengertian-teknologi-perkembangan-manfaat-dan-jenisnya-yang-wajib-diketahui>
- Sutopo, & Sugiyanti. (1998). *Pelayanan prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi RI.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta. Penerbit Andi.