

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Yunita Rahmah Sari

Universitas Muhammadiyah Bengkulu
yunitarahmasari@gmail.com

ABSTRACT

This study is entitled The Influence of Company Image, Product Quality and Taste on Customer Satisfaction in Bengkulu City Syarah Bakery consumers. The problem formulation in this study is whether the company's image, product quality, and taste influence the customer satisfaction of Syarah Bakery. The purpose of this study is to find out the company's image, product quality, and taste influences the customer satisfaction of Syarah Bakery. This research was conducted on Bengkulu City Bakery Syarah Consumers. While the time of this research was carried out in December 2020 until January 2021. There is also a population and this research is Syarah Bakery Kota Bengkulu, while the sample of this study is a consumer Syarah Bakery Kota Bengkulu amounting to 110 people. This means that the sample material uses quantitative methods.

With the research test data analysis technique, the research results can be concluded that the respondents' responses about Company Image (X_1), Product Quality (X_2), and Taste (X_3) affect Customer Satisfaction (Y) with multiple linear regression results obtained as follows: $Y = 0.414 + 0.280 (X_1) + 0.202 (X_2) + 0.109 (X_3)$. In addition, from the hypotheses that have been done, it is found that the Company Image variable (X_1) shows that $t_{hit} > t_{(\alpha / 2)}$ ($3,945 > 1.98260$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.050$), Product Quality is $t_{hit} > t_{(\alpha / 2)}$ ($4,517 > 1.98260$) and ($\text{sig } \alpha = 0.028 < 0.050$), Taste is $t_{hit} > t_{(\alpha / 2)}$ ($2,167 > 1.98260$) and ($\text{sig } \alpha = 0.032 < 0.050$). Then the test result F shows that the values of $F_{count} > F_{table}$ are ($73,505 > 2,699$) and ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.050$). So it can be concluded that all variables namely Company Image, Product Quality, and Taste are partially and simultaneously compliant with Bengkulu City Bakery Lecture Customer Satisfaction.

Keywords: Company Image, Product Quality, Taste and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan pelayanan serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen

memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan. Banyaknya bisnis bakery pada saat ini membuat terjadinya persaingan yang kuat demi merebut perhatian konsumen dan minat beli konsumen. Salah satunya di kota Bengkulu memiliki berbagai macam usaha makanan yang tentunya menjadi persaingan yang meningkat untuk perusahaan bakery yang ada di kota Bengkulu. Salah satunya usaha industri yang ada di kota Bengkulu Syarah Bakery yaitu usaha industri yang bergerak di bidang produksi makanan, khususnya roti, dessert, dan juga minuman. Ada beberapa jenis yang di produksi oleh Syarah Bakery yaitu : *Brownies, donat lumer, milkbath, pancake, pudding*, kue ulangtahun, salad buah, *thaitea, greentea*, dan sebagainya. Syarah bakery memproduksi roti dessert dan minuman untuk penjualan setiap hari maupun memenuhi pesanan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dirasakan. Faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung membeli produk yang memiliki kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang bagus.

Citra perusahaan akan di hubungkan dengan citra khusus yang mampu memberikan asosiasi tertentu dalam diri seorang konsumen. Dalam perkembangannya, perusahaan semakin menyadari bahwa perusahaan sebagai penjual yang paling bernilai oleh sebab itu, konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk dan jasa tersebut sampai kepada pelanggan tetapi lebih fokus kepada produk dan jasa tersebut telah dapat memenuhi permintaan pelanggan. Menurut Adona (2006), citra perusahaan adalah kesan, kesan psikologis, dan gambaran perusahaan di mana khalayak dibentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya sendiri. Citra perlu sengaja dibuat sebagai citra positif (mirip tendon dalam Soemirat, 2003). Melalui kesuksesan perusahaan, sejarah dan sejarah perusahaan dapat meningkatkan hal-hal positif dari citra perusahaan. Oleh karena itu, citra perusahaan merupakan representasi dari organisasi, dengan harapan dapat menginspirasi citra perusahaan yang positif.

Kualitas produk yang berkualitas tinggi memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dengan penciptaan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil dan kinerja yang sesuai melebihi apa yang dibutuhkan konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya, termasuk keakuratan keseluruhan, daya tahan, keandalan, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan produk, dan atribut produk lainnya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan produk yang diminati konsumen dalam hal menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk, hal ini akan memberikan kesempatan untuk memahami dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen dalam meresponnya.

Taste (citra rasa) merupakan cara memilih makanan dan minuman yang berbeda dengan rasa (Drummond dan Brefere, 2010). Faktor penentu keberhasilan bisnis kuliner

adalah kualitas makanan dan minuman yang disediakan. Menurut penelitian Wood dan Harger (2006), faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pangan antara lain warna, kenampakan, kematangan, ukuran porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma dan rasa. Rasa itu sendiri mengacu pada iritasi pada lidah, termasuk rasa manis, pedas, asin, dan pahit. Campuran yang seimbang dari keempat bahan dasar tersebut dapat menghadirkan cita rasa yang memuaskan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Konsumen Syarah Bakery Kota Bengkulu. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan desember 2020 sampai dengan bulan januari 2021. Ada pun populasi dan penelitian ini adalah Syarah Bakery Kota Bengkulu, sedangkan sampel penelitian ini adalah konsumen Syarah Bakery Kota Bengkulu berjumlah 110 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t hitung | t tabel | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|----------|---------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .414 | 1.516 | | .273 | | .785 |
| Citra_Perusahaan | .280 | .071 | .335 | 3.945 | 1.98260 | .000 |
| Kualitas_Produk | .202 | .045 | .399 | 4.517 | 1.98260 | .000 |
| Cita_Rasa | .109 | .050 | .177 | 2.167 | 1.98260 | .032 |

Sumber : olah data SPSS 2021

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan $t_{\alpha/2}$ ($n-k-1$) = 110 - 3 - 1 = 106 (1.98260) setiap variabel sebagai berikut :

1. Citra Perusahaan, diperoleh $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3.945 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Citra Perusahaan (X_1) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.
2. Kualitas Produk yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($4.517 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.028 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.

3. Cita Rasa yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($2.167 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.032 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Cita Rasa (X_3) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat menggunakan uji F sebagai berikut :

Tabel 2.
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA^b

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F _{hitung} | F _{tabel} | Sig. |
|--------------|----------------|-----|-------------|---------------------|--------------------|-------------------|
| 1 Regression | 686.908 | 3 | 228.969 | 73.505 | 2.699 | .000 ^a |
| Residual | 330.192 | 106 | 3.115 | | | |
| Total | 1017.100 | 109 | | | | |

Sumber : olah data SPSS 2021

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 73.505 dengan nilai F_{tabel} sebesar 2.699 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($73.505 > 2.699$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Citra Rasa (X_3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan pada, Konsumen Syarah Bakery melalui penyebaran kuesoner terhadap 110 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Citra Rasa (X_3), secara parsial maupun pengaruhnya secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat, Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery, Sehingga dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Citra Perusahaan Syarah Bakery

Dari hasil pengujian dan pengolahan data yang telah dilakukan diketahui bahwa Citra Perusahaan Syarah Bakery sudah baik. Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Toko roti memiliki sisi yang baik) diangka 4.03. Dengan adanya citra yang baik dari perusahaan tentunya akan membuat para pelanggan puas dan akan berfikir untuk dapat membeli kembali di Syarah Bakery. Meskipun secara umum citra dari toko Syarah Bakery ini baik, akan tetapi ada beberapa hal yang masih perlu untuk ditingkatkan lagi.

Kualitas Produk Syarah Bakery

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara umum Kualitas Produk dari Toko Roti Syarah Bakery ini sudah baik. Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Roti Memiliki Varian Jenis Dan Rasa Yang Lengkap) diangka 4.05. Dengan banyaknya varian rasa yang ditawarkan tentunya akan membuat para konsumen merasa dimanjakan, karena memiliki banyak

alternatif untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan. Meskipun secara umum kualitas produk yang ditawarkan sudah baik, akan tetapi tidak jauh berbeda dengan para pesaing yang ada. Hanya saja di Toko Roti Syarah Bakery ini menyediakan lebih banyak variasi rasa yang ditawarkan, hal inilah yang membuat banyak konsumen tertarik untuk datang ke toko.

Cita Rasa Produk di Syarah Bakery

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Cita Rasa dari produk yang ditawarkan pihak toko syarah bakery sudah baik. Dengan nilai tertinggi pada pernyataan (Roti yang dijual memiliki rasa yang nikmat) diangka 4.09. Dengan cita rasa yang nikmat, tentunya akan membuat para konsumen akan merasa puas saat berbelanja, dan diharapkan hal ini dapat menarik para konsumen untuk melakukan pembelian kembali di toko syarah bakery. Meskipun rasanya enak, akan tetapi sebagian konsumen merasa masih ada yang perlu untuk diperbaiki. Seperti dalam hal tekstur makanan yang dirasa kurang lembut dibeberapa produk.

Pengaruh Citra Perusahaan (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan Pada Konsumen Syarah Bakery melalui penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Citra Perusahaan (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Konsumen Syarah Bakery.

Dari hasil uji t terhadap variabel Citra Perusahaan, diperoleh $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3.945 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), hal tersebut menyatakan adanya pengaruh variabel Citra Perusahaan (X₁) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Erwina Safitri, dkk. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang. Kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan akan merasa loyal jika pelanggan tersebut puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Samsung Service center Malang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh fujian lai et al. (2011:20) menyatakan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadapkepuasan pelanggan. Josee bloemeret al. (2010) yang mengemukakan bahwa citra mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Josee bloemeret al. (2010:385) yang mengemukakan bahwa citra mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung untuk membentuk citra didasarkan pada inferensi mereka yang diperoleh dari stimuli pemasaran dan lingkungan. Citra atau reputasi yang baik dari perusahaan akan mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan Pada Konsumen Syarah Bakery melalui penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden yang telah diuji

sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Konsumen Syarah Bakery.

Dari hasil uji t terhadap variabel Kualitas Produk yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($4.517 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.028 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Kualitas Produk (X_2) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Women, dkk (2000) yang menyatakan kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Nuri Mahdi, dkk. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Study Pada Toko Online Shopastelle, Semarang). Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Nirmala Putri Sari, dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasilnya secara bersama-sama, perubahan kualitas produk lebih besar dibandingkan dengan perubahan layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan Pada Konsumen Syarah Bakery melalui penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Cita Rasa (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Konsumen Syarah Bakery.

Dari hasil uji t terhadap variabel Cita Rasa yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($2.167 > 1.98260$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.032 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel Cita Rasa (X_3) secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Syarah Bakery.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melda dkk. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh keberagaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini adalah keberagaman produk, cita rasa dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Nuri Mahdi, dkk. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Study Pada Toko Online Shopastelle, Semarang). Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan Pada Konsumen Syarah Bakery melalui penyebaran kuesioner terhadap 110 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh variabel Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Cita Rasa (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada Konsumen Syarah Bakery.

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 73.505 dengan nilai F_{tabel} sebesar 2.699 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($73.505 > 2.699$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Citra Rasa (X_3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Citra Rasa (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery. Maka Diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Citra Perusahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.
2. Kualitas Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.
3. Citra Rasa (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.
4. Citra Perusahaan (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Citra Rasa (X_3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Syarah Bakery.

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, Fitri. 2006. Citra dan Kekerasan dalam iklan perusahaan ditelevisi. Padang: andalas university press.
- Amstrong, K. P. (2008). Principles Of Marketing. United States Of America: Pearson Education.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Kotler & Kaller, K. L., 2012, *Marketing Managemen. 14th Edition. New Jersey. Published By Prentice Hall.*
- Kotler, P & Amstrong, G. 2012, *Principle Of Marketing. 14th Edition. New Jersey. Publisihed By Prentice Hall.*
- Lupiyoadi R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik Dan Teori). Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi R. Dan A. Hamdani.2006. manajemen pemasaran jasa. Edisi kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Nugroho, Eriyanto Prastyo. 2011. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Penggunaan *Netebook Acer* (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi). Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.

- Rahayu, B. S., dan Saryanti, E. 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal Advance*. Vol. 1, No 2, Febuari 2014, 11-25.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sudarmanto, Gunawan. R. 2005. Analisis Regresi Linier Ganda Dengan SPSS. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandhy. 2008. *Service Management* mewujudkan layanan prima. Bandung. CV Alfabeta.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).