



STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN UMKM TOKO AISYAH MELALUI PELAYANAN BERKUALITAS TAHUN 2026

Rahma Sri Maduma, Rajab Ansari, Ali Nurdin Siregar

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan,

Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan yang dilakukan Toko Aisyah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan berkualitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Aisyah telah menerapkan strategi pelayanan melalui sikap ramah, sopan, cepat, dan tanggap dalam melayani pelanggan, menjaga kebersihan dan kerapian toko, menyediakan barang yang dibutuhkan, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelayanan tersebut tercermin dalam lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Selain pelayanan, kualitas produk, kesesuaian harga dengan kualitas, lokasi yang mudah dijangkau, serta kenyamanan toko turut mendukung kepuasan pelanggan. Faktor penghambat yang ditemukan meliputi persaingan usaha, keterlambatan pasokan, perubahan harga, dan keterbatasan tenaga kerja pada waktu tertentu. Dengan demikian, penerapan pelayanan berkualitas dapat menciptakan kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan di Toko Aisyah.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Pelayanan Berkualitas.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM memiliki

peran strategis dalam menyerap tenaga kerja, menciptakan lapangan usaha, dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, di tengah perkembangan zaman dan

meningkatkan persaingan, Philip Kotler dan Kevin Lane (2016) mengatakan UMKM dituntut untuk mampu memberikan nilai tambah yang lebih baik kepada pelanggan agar tetap bertahan dan berkembang. Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah kepuasan pelanggan.

Jelas kiranya bahwa dalam menerapkan suatu strategi inovasi produk adalah salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan seperti memiliki kemampuan melihat dan mempelajari kebutuhan seperti apa yang dibutuhkan masyarakat selain itu kita juga harus memiliki jiwa kreatifitas untuk menciptakan hal-hal baru. Strategi inovasi produk mampu mendorong pelaku UMKM menciptakan produk yang lebih baik dari produk sebelumnya dan berbeda dengan produk yang ada dipasaran.

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, karena pelanggan tidak hanya menilai produk yang dibeli, melainkan juga pengalaman saat berinteraksi dengan penjual.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2018) menegaskan Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator keberhasilan sebuah usaha. Pelanggan yang puas cenderung untuk melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, dan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas konsumen. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa tidak puas, maka akan timbul risiko beralihnya konsumen kepada pesaing. Oleh karena itu,

menciptakan kepuasan pelanggan menjadi kunci penting dalam pengelolaan usaha, termasuk bagi UMKM yang bergerak di bidang perdagangan ritel.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah pelayanan. Menurut Lopyadi (2018) Pelayanan berkualitas tidak hanya menyangkut ketersediaan produk, tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti keramahan, ketepatan waktu, kejelasan informasi, serta kenyamanan ketika berinteraksi dengan penjual. Pelayanan yang baik dapat menimbulkan kesan positif dan membangun hubungan jangka panjang antara penjual dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci keberhasilan sebuah usaha. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya. Apabila pelanggan merasa puas, maka mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan beralih ke pesaing lain.

Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator yang menjadi barometer tingkat kepuasan pelanggan. Indikator tersebut antara lain keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, serta rendahnya tingkat keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Melalui indikator-indikator tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah mampu memenuhi harapan pelanggan atau belum.

Dalam usaha ritel seperti Toko Aisyah, pelayanan berkualitas menjadi

aspek penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang baik. Fandy Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten serta memberikan nilai lebih dibandingkan pesaing. Pelayanan berkualitas mencakup keramahan penjual, kecepatan transaksi, ketersediaan produk, kebersihan tempat usaha, hingga penanganan keluhan pelanggan.

Pelayanan karyawan terhadap pelanggan di Toko Aisyah dapat ditingkatkan dengan beberapa langkah yang saling berkaitan. Salah satu cara utama adalah memberikan pelatihan dasar kepada karyawan mengenai cara melayani pelanggan dengan baik, seperti bersikap ramah, sopan, dan selalu menyapa pelanggan dengan senyum. Sikap ini akan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman saat berbelanja.

Selain itu, karyawan perlu memiliki pemahaman yang baik tentang produk yang dijual di Toko Aisyah. Dengan mengetahui informasi produk seperti harga, kegunaan, dan kualitas, karyawan dapat membantu pelanggan dengan lebih cepat dan tepat. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap toko.

Penerapan standar pelayanan juga sangat penting agar pelayanan menjadi lebih teratur dan konsisten. Toko Aisyah dapat membuat aturan sederhana, seperti menyapa pelanggan saat masuk toko, membantu jika pelanggan terlihat kebingungan, serta mengucapkan terima kasih setelah transaksi selesai. Standar ini membantu karyawan memahami tugas dan tanggung jawab mereka dalam melayani pelanggan.

Selain sikap dan kemampuan, penampilan karyawan juga berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Karyawan yang berpakaian rapi, bersih, dan tidak

bermain ponsel saat melayani pelanggan akan memberikan kesan profesional. Penampilan dan sikap yang baik dapat meningkatkan citra Toko Aisyah di mata pelanggan.

Terakhir, evaluasi dan motivasi karyawan perlu dilakukan secara rutin. Pemilik toko dapat mendengarkan masukan dari pelanggan dan memberikan arahan kepada karyawan dengan cara yang baik. Memberikan penghargaan atau pujian kepada karyawan yang menunjukkan pelayanan terbaik juga dapat meningkatkan semangat kerja, sehingga kualitas pelayanan di Toko Aisyah semakin baik.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pelayanan yang tepat agar Toko Aisyah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan tetap kompetitif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan dan keberlangsungan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM melalui pelayanan berkualitas pada Toko Aisyah yang berlokasi di Jl. Sutan Sori Pada Mulia No. 61A Tano Bato, Kecamatan Padangsidempuan Utara. Penelitian dilaksanakan setelah seminar proposal dan diterbitkannya surat izin penelitian sampai dengan selesainya proses pengumpulan data.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berkaitan dengan objek penelitian. Informan penelitian terdiri dari pelanggan Toko Aisyah yang

dianggap dapat memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini melibatkan 20 orang pelanggan sebagai informan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi toko dan proses pelayanan kepada pelanggan. Wawancara dilakukan secara terbuka menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disiapkan untuk memperoleh informasi mengenai pelayanan berkualitas dan kepuasan pelanggan. Aspek pelayanan berkualitas meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Sementara itu, aspek kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana, serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan, foto, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data yang diperoleh dipilih dan dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk menggambarkan strategi pelayanan yang diterapkan Toko Aisyah dan kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan serta membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi.

Dengan demikian, data yang diperoleh dapat diperiksa kesesuaian dan keabsahannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di Toko Aisyah, diperoleh hasil bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara umum mendapatkan tanggapan positif. Pelanggan menilai bahwa Toko Aisyah berusaha memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan membantu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain pelayanan, kondisi toko, kualitas produk, harga, lokasi, serta kenyamanan saat berbelanja juga menjadi bagian yang mendukung kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Toko Aisyah tidak hanya berfokus pada proses transaksi, tetapi juga pada kenyamanan dan kebutuhan pelanggan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kondisi kebersihan dan kerapian Toko Aisyah menjadi salah satu aspek yang dinilai baik oleh pelanggan. Barang-barang ditata berdasarkan jenisnya sehingga pelanggan lebih mudah menemukan produk yang dibutuhkan. Kebersihan lantai, rak, dan etalase juga diperhatikan oleh pemilik dan karyawan. Salah satu informan, Suci Alawiyah, menyampaikan bahwa kondisi toko terlihat rapi dan bersih sehingga memberikan kesan bahwa toko dikelola dengan baik. Yusni juga menjelaskan bahwa karyawan membersihkan rak dan lantai ketika terdapat waktu senggang. Sementara itu, Zuhriadi menyatakan bahwa penataan barang berdasarkan kategori memudahkannya dalam mencari barang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek fisik toko menjadi bagian penting dalam memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan juga dinilai sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang sopan, ramah, jujur, serta membantu ketika mereka mengalami kesulitan dalam berbelanja. Suci Alawiyah menyampaikan bahwa karyawan menyapa pelanggan dengan ramah dan membantu ketika mencari kebutuhan sehari-hari. Yusni juga menjelaskan bahwa karyawan memberikan rekomendasi produk secara jujur ketika pelanggan mengalami kebingungan dalam memilih barang. Bahkan, Zuraida menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan dalam beberapa kondisi melebihi harapannya karena karyawan bersedia membantu mengangkat barang belanjaan ke kendaraan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sikap ramah, sopan, jujur, dan perhatian menjadi bagian dari pelayanan yang dirasakan langsung oleh pelanggan.

Kecepatan pelayanan juga menjadi salah satu temuan dalam penelitian. Pelanggan pada umumnya menilai bahwa karyawan Toko Aisyah memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama. Suci Alawiyah menyampaikan bahwa ketika membutuhkan informasi mengenai lokasi atau ketersediaan barang, karyawan segera memberikan bantuan. Saleh juga menyatakan bahwa karyawan langsung menyapa dan menawarkan bantuan ketika pelanggan memasuki toko. Menurut Yusni, proses transaksi berlangsung cukup cepat karena karyawan telah terbiasa menggunakan sistem kasir. Kecepatan tersebut menunjukkan bahwa karyawan berusaha memberikan pelayanan secara sigap sehingga kebutuhan pelanggan dapat segera dipenuhi.

Selain cepat dalam melayani, karyawan juga menunjukkan respons yang baik ketika pelanggan membutuhkan bantuan. Hasil

wawancara menunjukkan bahwa karyawan bersedia membantu mengambilkan barang, memberikan informasi mengenai harga, memeriksa ketersediaan barang, serta memberikan alternatif ketika produk yang dicari tidak tersedia. Yusni menyampaikan bahwa ketika barang yang dicari tidak berada di rak, karyawan bersedia mengecek ke gudang dan memberikan alternatif produk lain yang memiliki fungsi serupa. Zuraida juga menilai bahwa komunikasi karyawan cukup baik karena informasi yang diberikan jelas dan mudah dipahami. Dengan demikian, respons karyawan tidak hanya ditunjukkan melalui kecepatan, tetapi juga melalui kesabaran, keramahan, komunikasi, dan kemampuan memberikan solusi kepada pelanggan.

Kualitas produk juga menjadi salah satu aspek yang mendukung kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan menilai bahwa produk yang dijual di Toko Aisyah memiliki kualitas yang baik, kondisi kemasan terjaga, dan tidak ditemukan produk yang rusak atau mendekati masa kedaluwarsa. Suci Alawiyah menyampaikan bahwa barang yang dijual berada dalam kondisi baik karena pemilik melakukan pencatatan dan penataan stok secara teratur. Yusni juga menyatakan bahwa barang yang dijual bersih dan memiliki kualitas yang baik. Zuraida menilai bahwa produk yang tersedia umumnya dalam kondisi baru sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap pengelolaan stok toko. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas dan pengelolaan produk turut mendukung kepuasan pelanggan.

Rasa nyaman dan kepercayaan pelanggan juga terlihat dari hasil wawancara. Pelanggan merasa aman berbelanja karena kualitas produk terjaga dan karyawan memberikan pelayanan dengan jujur. Kejujuran dalam menghitung barang dan memberikan uang kembalian menjadi salah satu hal

yang membuat pelanggan percaya kepada toko. Selain itu, adanya perhatian terhadap kondisi barang dan pemberian kesempatan untuk menukarkan barang tertentu apabila terdapat kerusakan juga memberikan rasa aman kepada pelanggan. Kepercayaan tersebut terbentuk melalui pengalaman pelanggan dalam menerima pelayanan dan produk selama berbelanja di Toko Aisyah.

Dari sisi harga, pelanggan pada umumnya menilai bahwa harga produk yang dijual sesuai dengan kualitas yang diperoleh. Pelanggan tidak hanya mempertimbangkan murah atau mahal nya harga, tetapi juga memperhatikan kualitas, kondisi, daya tahan, dan manfaat produk. Suci Alawiyah menyampaikan bahwa harga produk cukup bersaing dan kualitas produk yang stabil membuatnya merasa memperoleh nilai yang sesuai. Dengan demikian, kesesuaian antara harga dan kualitas menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam memberikan penilaian terhadap pengalaman berbelanja di Toko Aisyah.

Kemudahan lokasi juga menjadi salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, lokasi Toko Aisyah dinilai mudah dijangkau karena berada di sekitar pemukiman masyarakat dan memiliki akses yang cukup mudah. Yusni menyampaikan bahwa lokasi toko praktis untuk didatangi karena berada pada akses yang mudah. Zuraida juga menilai bahwa kemudahan lokasi memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Posisi toko yang mudah ditemukan membuat masyarakat sekitar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa harus pergi ke lokasi yang jauh.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa pelayanan di Toko Aisyah secara umum telah memberikan pengalaman berbelanja yang positif kepada

pelanggan. Hal tersebut terlihat dari kondisi toko yang bersih dan rapi, pelayanan yang ramah dan sesuai dengan harapan, kecepatan karyawan dalam melayani, respons yang baik terhadap kebutuhan pelanggan, kualitas produk yang terjaga, harga yang dinilai sesuai dengan kualitas, serta lokasi yang mudah dijangkau. Berbagai aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk kenyamanan dan kepercayaan pelanggan.

Temuan penelitian tersebut dapat dikaitkan dengan konsep kualitas pelayanan dalam model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, yang mencakup bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Pada Toko Aisyah, bukti fisik terlihat dari kebersihan dan kerapian toko serta penataan barang. Keandalan terlihat dari kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan dan menjaga ketersediaan produk. Ketanggapan terlihat dari kecepatan karyawan dalam memberikan bantuan dan informasi. Jaminan terlihat dari sikap jujur, sopan, dan kemampuan memberikan informasi yang dapat dipercaya, sedangkan empati terlihat dari perhatian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Penerapan berbagai aspek tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berkualitas menjadi bagian penting dalam memberikan pengalaman berbelanja yang positif.

Hasil penelitian juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diterima. Apabila pelayanan dan produk yang diterima sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan memberikan penilaian yang positif terhadap pengalaman yang diperolehnya. Dalam penelitian ini, pelanggan memberikan tanggapan

positif terhadap pelayanan yang diterima karena adanya sikap ramah, kecepatan pelayanan, bantuan yang diberikan karyawan, kualitas produk, harga yang sesuai, serta kondisi toko yang nyaman.

Upaya Toko Aisyah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan juga dilakukan melalui layanan tambahan berupa pemesanan barang melalui WhatsApp. Layanan tersebut memberikan kemudahan bagi pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke toko dan pada kondisi tertentu barang dapat diantar kepada pelanggan. Selain itu, hubungan yang baik antara pemilik, karyawan, dan pelanggan turut mendukung terbentuknya kepercayaan dan kenyamanan dalam berbelanja. Dengan demikian, strategi pelayanan Toko Aisyah tidak hanya dilakukan melalui pelayanan langsung di dalam toko, tetapi juga melalui pemberian kemudahan dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.

Meskipun demikian, dalam memberikan pelayanan masih terdapat beberapa hambatan, seperti persaingan usaha yang semakin meningkat, keterlambatan pasokan barang dari pemasok, perubahan harga barang, serta keterbatasan tenaga kerja pada waktu tertentu. Hambatan tersebut dapat memengaruhi ketersediaan produk dan kelancaran pelayanan. Untuk menghadapi kondisi tersebut, pemilik toko perlu mempertahankan kualitas pelayanan, melakukan pengelolaan stok secara teratur, serta terus memperhatikan kebutuhan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat dipertahankan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan Toko Aisyah melalui pelayanan yang ramah, cepat, tanggap, dapat dipercaya, dan memperhatikan kebutuhan pelanggan telah mendukung terciptanya kepuasan pelanggan. Kondisi toko yang bersih dan rapi, kualitas produk yang terjaga, harga

yang sesuai, lokasi yang mudah dijangkau, serta hubungan yang baik dengan pelanggan menjadi bagian yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan UMKM di Toko Aisyah melalui pelayanan berkualitas, dapat disimpulkan bahwa Toko Aisyah menerapkan strategi pelayanan melalui pemberian pelayanan yang ramah, sopan, cepat, dan tanggap, menjaga kebersihan dan kerapian toko, menyediakan barang sesuai kebutuhan pelanggan, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelayanan tersebut tercermin dalam lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy), yang secara keseluruhan mendukung terciptanya kenyamanan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga didukung oleh kualitas produk yang terjaga, kesesuaian harga dengan kualitas, lokasi toko yang mudah dijangkau, serta suasana toko yang bersih dan nyaman. Meskipun terdapat hambatan berupa persaingan usaha, keterlambatan pasokan, perubahan harga barang, dan keterbatasan tenaga kerja pada waktu tertentu, Toko Aisyah tetap berupaya mempertahankan kualitas pelayanan melalui pemenuhan kebutuhan dan pemberian kemudahan kepada pelanggan. Dengan demikian, penerapan pelayanan berkualitas menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, mempertahankan kepercayaan pelanggan, dan mendukung keberlangsungan usaha Toko Aisyah.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane.
(2016). Marketing Management. New Jersey:
Pearson Education.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane.
(2018). Manajemen Pemasaran (Edisi 15).
Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat. (2018). Manajemen
Pemasaran Jasa (Edisi 4). Jakarta: Salemba
Empat.