



**Pelatihan *Service Excellent* pada Ibu-Ibu Wirausaha di RT.08 RW.19
Sendangmulyo - Semarang**

***Excellent Service Training for Entrepreneurial Mothers at RT.08 RW.19
Sendangmulyo – Semarang***

Rusmalia Dewi¹, Yudi Kurniawan², Gusti Yuli Asih³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas Semarang

Article History:

Received: 30 September 2023

Revised: 22 Oktober 2023

Accepted: 10 November 2023

Keywords: *excellent service, entrepreneurial mothers, increased sales turnover*

Abstract: *The aim of this community service is to provide training on Service Excellence to entrepreneurial mothers in RT.08 RW.19 to increase their understanding of the challenges, skills and competencies needed to succeed in service. Customer service requires speed, awareness about e-commerce with technology support to face increasingly difficult challenges. Good service improves business reputation. This training will discuss how to improve participants' skills for reliable customer service. Initial observations made showed that most of the women on Rt.08 Rw.19 were entrepreneurs by opening stalls or shops but providing minimal service to customers. This makes the business less developed because customers buy products because they need it, not because there is something more to the business of these entrepreneurial women. This lack of knowledge about providing excellent service to customers made the team want to help find solutions for developing the business of entrepreneurial women RT.08 Rw.19 through Excellent Service Training. The process is that these entrepreneurial women gather in the RT.08 hall and provide material on understanding and practice about Excellent Service in the form of lectures, stories and games as well as joint discussions. It is hoped that the service team for these entrepreneurial mothers will be able to understand the results of the training. By increasing their understanding of Service Excellent, they can improve the abilities of these entrepreneurial mothers to be even better at serving customers, so that they can increase their sales turnover.*

Abstrak

Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan tentang Service Excellence pada ibu-ibu wirausaha di RT.08 RW.19 guna meningkatkan pemahaman tentang tantangan, keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk berhasil dalam pelayanan. Layanan pelanggan membutuhkan kecepatan, adanya kesadaran tentang e-commerce dengan dukungan teknologi untuk menghadapi tantangan yang semakin sulit. Pelayanan yang baik meningkatkan reputasi usaha. Pelatihan ini akan membahas bagaimana meningkatkan keterampilan peserta untuk layanan pelanggan yang andal. Observasi awal yang dilakukan menunjukkan bahwa ibu-ibu di Rt.08 Rw.19 sebagian besar adalah wirausaha dengan membuka warung ataupun toko namun memberikan pelayanan sekadarnya pada para pelanggan. Hal ini membuat usaha tersebut kurang berkembang karena pelanggan membeli produk karena kebutuhan, bukan karena ada sesuatu yang lebih dari usaha ibu-ibu wirausaha ini. Kurangnya pengetahuan tentang pemberian layanan prima pada pelanggan ini membuat tim ingin membantu mencari solusi tentang pengembangan usaha ibu-ibu wirausaha RT.08 Rw.19 melalui Pelatihan Service Excellent. Prosesnya adalah dikumpulkannya ibu-ibu wirausaha ini dalam balai RT.08 dan memberikan materi pemahaman juga praktek tentang Service Excellent berupa ceramah, cerita dan permainan serta diskusi bersama. Harapan tim pengabdian pada ibu-ibu wirausaha ini mampu memahami hasil pelatihan, dengan bertambahnya pemahaman mengenai Service Excellent dapat meningkatkan kemampuan ibu-

* Rusmalia Dewi

ibu wirausaha ini menjadi lebih baik lagi dalam melayani pelanggan, sehingga dapat meningkatkan omset penjualannya.

Kata Kunci: service excellent, ibu-ibu wirausaha, peningkatan omset penjualan

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah elemen kunci yang memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penataan sumber daya manusia seharusnya sesuai dengan keadaan perusahaan dan kebutuhan sumber daya manusia dalam perusahaan dengan menggunakan strategi sebagai cara yang dilakukan untuk kesuksesan tujuan perusahaan. Penanganan yang baik memerlukan strategi yang tepat untuk mendapatkan hasil maksimal dari sumber daya manusia yang berguna bagi kesuksesan perusahaan. Salah satu strategi yang dipakai adalah dengan melakukan *service excellent* (Gofur, 2019).

Service Excellent merupakan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang menjadi prioritas bagi perusahaan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun loyalitas. Pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali membeli produk atau menggunakan layanan, tetapi juga berpotensi untuk merekomendasikan produk dan merek tersebut kepada orang lain.

Disisi lain pelanggan yang tidak puas berisiko meninggalkan merek dan mencari alternatif lain, yang dapat berdampak negatif pada reputasi dan pendapatan perusahaan (Haryono&Octavia, 2020; Agusti&Verano, 2022).

Menghadapi persaingan yang semakin ketat dan permintaan pelanggan yang semakin tinggi terhadap pelayanan berkualitas, pelayanan merupakan sebuah kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara individu satu dengan lainnya. Kamus besar bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan individu lain dengan memperoleh imbalan uang atau jasa. Melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan individu lain. Di sisi lain kualitas pelayanan merupakan citra kualitas pelayanan yang baik yang timbul dari persepsi atau sudut pandang pelanggan bukan dari persepsi atau sudut pandang penyedia jasa. Pelayanan bagi dunia usaha adalah kunci yang membedakan antara satu perusahaan dengan pesaingnya, sehingga memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Industri jasa sangat terkait erat dengan *service* (layanan), dan interaksi terbaik kepada pelanggan. Suatu paradigma yang selama ini menganggap *service* merupakan tanggungjawab penuh dari karyawan yang berada di *front liners* (garda depan) sudah seharusnya diubah. *Front liners* bisa bekerja dengan performa terbaik tentunya dengan dukungan *back office* secara penuh dan total (Ibrahim&Thawil,2019).

Dewasa ini, para pelanggan cenderung memperhatikan kinerja layanan dalam memilih suatu produk. Kenyataan di lapangan, persaingan pada dunia usaha tidak lagi ditentukan oleh harga produk saja namun juga pada kualitas layanan pada pelanggan. Penilaian atau pengukuran pada kinerja pelayanan ini dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas *Tangibles* (Bukti Fisik), *Responsiveness* (Daya Tanggap), dan *Empathy* (Empati) (Mutiara dkk, 2021; Agusti&Verano, 2022).

Secara umum arti pelayanan adalah suatu pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan untuk memberi manfaat bagi individu lain. Pelayanan terdiri atas kumpulan hal-hal yang kecil serta perhatian atas keinginan-keinginan dan perasaan individu lain, etimologi dalam bahasa inggrisnya

mempunyai arti *service*. Kata *service* oleh beberapa pelaku bisnis dan instruktur sumber daya manusia diolah menjadi kata atau kalimat yang diperkirakan akan lebih bermakna dengan cara menguraikan tiap hurufnya, seperti yang diungkapkan oleh Meilina&Sari (2018) yang mengelola kata *service* untuk dikaitkan dengan langkah-langkah strategis untuk menuju kesuksesan. Pelayanan yang baik memungkinkan sebuah usaha memperkuat kesetiaan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar karena itu pelayanan yang baik menjadi penting dalam operasi dunia usaha. Menurut (Yunita&Ali, 2017), yang dimaksud dengan pelayanan prima atau *service excellence* adalah “Suatu sikap atau cara individu dalam melayani pelanggan secara memuaskan.” Menurut Fitriasisari&Marlius (2023) menyatakan bahwa :“Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.” Satu-satunya jalan untuk mempertahankan organisasi/perusahaan selalu didekati dan diingat pelanggan adalah dengan cara mengembangkan pola layanan terbaik antara lain dengan cara sebagai berikut: 1. Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasinya; 2. Berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkannya; 3. Pelanggan dengan pola layanan terbaik

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus di kembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan dunia usaha. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima (*service excellent*). Definisi mengenai pelayanan prima yang sering kali diungkapkan oleh para pelaku bisnis terdapat dalam buku pelayanan prima Gunawan&Harianto (2019) : yang menuliskan bahwa Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting diantaranya, a. Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat; b. Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan ; c. Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra ; d. Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan. Disisi lain Pelayanan prima menurut Herawati dkk (2018) adalah sebagai berikut: “Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar pelanggan selalu loyal kepada produk yang dijual. Pola pelayanan prima berdasarkan konsep A3, yaitu: *Attitude* (sikap), *Attention* (perhatian), dan *Action* (tindakan). Berikut penjelasan dari ketiga komponen tersebut diantaranya: 1. *Attitude* (sikap) , pelayanan prima berdasarkan konsep sikap (*attitude*) adalah suatu layanan kepada pelanggan dengan menonjolkan sikap yang baik dan menarik, antara lain meliputi: a. Melayani pelanggan dengan penampilan yang serasi. Penampilan serasi adalah gaya penampilan seseorang yang ditonjolkan secara fisik dengan memadukan keadaan sosok diri, citra diri, mode, dan kepantasan atau kepatutan; b. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif. Berpikir positif (*positive thinking*) adalah pola pikir yang tidak dipengaruhi oleh praduga buruk, segala sesuatu dihadapi dengan rasional. Pola pikir positif didasarkan atas logika yang sehat; c. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai. Menghargai adalah sikap memaanusiakan dan menempatkan diri pelanggan sebagai orang yang paling penting bagi kelangsungan hubungan antara organisasi atau dunia usaha dengan pelanggan. Sikap santun dan ramah disertai tutur kata yang baik adalah wujud penghormatan untuk menghargai pelanggan. 2. *Attention* (perhatian), perhatian atau atensi (*attention*) adalah sikap yang menunjukkan kepedulian

terhadap sesuatu atau minat seseorang terhadap sesuatu. 3. *Action* (tindakan), tindakan (*action*) adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Apabila dikaitkan dengan pelaksanaan pelayanan, yang dimaksud dengan tindakan disini adalah upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik.” Dapat dikatakan bahwa upaya mencapai pelayanan prima bukanlah pekerjaan yang mudah. Apabila hal tersebut dapat dilakukan, maka wirausaha yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

Beberapa uraian di atas menunjukkan bahwa *service excellence* merupakan hal penting bagi kepuasan pelanggan, sehingga tim pengabdian ingin membantu ibu-ibu wirausaha di RT.08 RW.19 untuk dapat menerapkan *service excellent* agar dapat meningkatkan penjualan ataupun loyalitas pelanggan.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi pertama yang dilaksanakan dalam program ini adalah memberikan pemahaman pada ibu-ibu wirausaha tentang kualitas layanan, mengembangkan keterampilan komunikasi efektif dan mampu menggali kebutuhan dan harapan pelanggan. Keseluruhan solusi yang dilaksanakan tersebut memiliki tujuan utama: meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang. Sehingga dapat membantu ibu-ibu wirausaha meningkatkan mutu pelayanan, memperoleh keunggulan kompetitif, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan hal tersebut solusi yang dilaksanakan Tim Pengusul adalah mengoptimalkan keterampilan ibu-ibu wirausaha dalam melayani pelanggan guna peningkatana omset, kualitas mutu jualan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah:

1. Ceramah
 - a. Materi 1 : diawali sesi pertama dengan pemberian materi tentang pemahaman mengenai *service excellet* (layanan prima).
 - b. Materi 2 : ceramah kedua tentang komunikadi efektif terhadap pelanggan.
 - c. Materi 3 : materi ceramah tentang pemahaman akan kebutuhan pelanggan.
2. Games

Ibu-ibu wirausaha ini juga diajak bermain games untuk rehat sejenak dari materi.

3. Pre-test dan Post-Test

Pada sesi akhir acara dilaksanakan diskusi bersama dengan ibu-ibu wirausaha, tujuannya untuk mengetahui pemahaman dan pelatihan yang diberikan dapat diserap dan dipahami dengan baik oleh para ibu-ibu wirausaha sehingga dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada pelanggan di tempat usahanya masing-masing.

Responden: Ibu-ibu Wirausaha Rt.08 RW.19 Kelurahan Sendangmulyo Kecamatan Tembalang Semarang.

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Psikologi industri dan organisasi merupakan cabang psikologi yang melihat kepada kajian tingkah laku dalam organisasi dan mengaplikasikan prinsip psikologi untuk mengubah tingkah laku anggota dalam organisasi. Banyak hal yang terlibat dalam psikologi industri dan organisasi, penekanannya adalah fungsi individu seperti seleksi anggota, pemberian pelatihan dan kursus untuk pengembangan diri, penilaian capaian kerja hingga pada proses psikologi yang berlaku dalam tingkah laku individu saat bekerja seperti motivasi, kepuasan dan tekanan kerja. Pelatihan pada para ibu-ibu wirausaha RT 8 RW.19 Kelurahan Sendangmulyo kota Semarang, diharapkan mampu meningkatkan pemahaman ibu-ibu wirausaha tentang pentingnya layanan para pelanggan serta mengubah perilaku pada para ibu-ibu wirausaha agar lebih memahami kebutuhan pelanggan sehingga bisa meningkatkan mutu dan penjualan produk masing-masing.

Tabel 1
Tugas Tim Pengabdian

No	Nama Tim Pengabdian	Kepakaran	Tugas dalam PkM USM
1	Dr. Rusmalia Dewi, M.Si., Psikolog	Psikologi Industri Organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun rencana dan program kerja PkM sebagai pedoman pelaksanaan tugas 2. Memberikan materi dalam bentuk pelatihan. 3. Mengkoordinasikan dengan kepala Pusat PkM dalam melaksanakan tugas agar terjalin kerjasama yang baik. 4. Bekerjasama dengan anggota untuk meningkatkan kemampuan kerja. 5. Menetapkan rumusan informasi hasil kegiatan PkM berdasarkan ketentuan yang berlaku untuk diketahui oleh masyarakat. 6. Menetapkan rumusan naskah kerjasama PkM dengan instansi terkait diluar Universitas sebagai pedoman kerja. 7. Menyusun laporan kegiatan PkM sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
2	Yudi Kurniawan, S.Psi, M.Psi,Psikolog	Psikologi Klinis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan ceramah mengenai pemahaman individu mengenai perilaku positif dalam organisasi

			2.Membuat design acara pengabdian. 3.Membuat laporan kegiatan hasil PkM
3	Gusti Yuli Asih, S.Psi., M.Si	Psikologi Industri Organisasi	1.Memberikan ceramah mengenai pemahaman individu mengenai perilaku positif dalam organisasi 2.Membuat design acara pengabdian. 3.Membuat laporan kegiatan hasil PkM

Jadwal Kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Minggu ke											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan dan Orientasi												
2	Perencanaan Kerja												
3	Pelaksanaan Kegiatan												
4	Pembuatan Laporan Akhir												

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Program pelatihan Service Excellent pada pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pada ibu-ibu wirausaha tentang *Service Excelent* di RT.08 RW.19 Sendangmulyo di kota Semarang. Ibu-ibu Wirausaha RT.08 di RW.19 Sendangmulyo. Kami tim penelitian pengabdian psikologi Universitas Semarang berupaya meningkatkan pemahaman tentang Service Excellent pada ibu-ibu wirausaha di Rt.08/RW.19 agar dapat memberikan layanan terbaik ada pelanggan sehingga dapat meningkatkan omset penjualan juga relasi jangka panjang dengan pelanggan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh ibu-ibu wirausaha RT.08 yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai kualitas dan pelayanan pelanggan itu penting, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada kesempatan ini. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap ibu-ibu wirausaha sebagai tolak ukur keunggulan daya saing usahanya. Kualitas pelayanan dalam penjualan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai dari hasil jasa, tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Dalam usaha memuaskan kebutuhan pelanggan juga harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat “Win win situation” yaitu dimana kedua belah pihak merasa

senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Pemberian materi awal dan pre-test terkait dengan pemahaman *service excellent*, kemudian komunikasi efektif dan pentingnya menggali kebutuhan pelanggan. Selanjutnya permainan games bersama ibu-ibu wirausaha RT.08 ini bertujuan untuk membuat ibu-ibu ini di awal bisa berkonsentrasi sejenak dalam menerima materi dan diakhir sesi agar ibu-ibu wirausaha refresh sejenak dari materi yang terkait *service excellent*. Selanjutnya dilakukan post-test untuk menguji sejauhmana pemahaman ibu-ibu wirausaha terkait materi yang telah disampaikan oleh tim pengabdian. Sesi akhirnya dilaksanakan diskusi bersama para ibu-ibu wirausaha, tujuannya untuk mengetahui pemahaman dan pelatihan yang diberikan dapat diserap dan dipahami dengan baik oleh para ibu-ibu wirausaha sehingga dapat menerapkan dan membagikan ilmu yang didapat untuk peningkatan omset penjualan.

Evaluasi singkat yang dilihat oleh tim pengabdian menunjukkan bahwa ibu-ibu wirausaha RT.08 memiliki antusiasme yang cukup tinggi dalam mengikuti pelatihan *service excellent* ini. Diskusi yang kami lakukan bersama ibu-ibu wirausaha ini terkait dengan *service excellent* sangat seru dengan pengaplikasian cara-cara mereka dalam melayani pelanggan pada usahanya. Adanya pelatihan ini membuat ibu-ibu wirausaha semakin bertambah ilmunya dalam melakukan komunikasi efektif pada pelanggannya juga bagaimana mereka nantinya menggali kebutuhan-kebutuhan pelanggannya yang dirasa penting karena terkait dengan pembelian jangka panjang dan juga kerjasama. Harapannya para ibu-ibu wirausaha mampu menyerap ilmu yang kami berikan dan menerapkannya pada usahanya sehari-hari. Tujuannya agar ibu-ibu wirausaha RT.08 di RW.19 menjadi lebih memahami cara melayani pelanggan dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualannya dan menjadi lebih bahagia dan sejahtera baik secara fisik maupun secara psikologis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adanya keterbatasan pengetahuan dan juga kurangnya ilmu tentang *service excellent* sehingga para ibu-ibu wirausaha ini hanya menunggu pelanggan saja saat melakukan penjualan produknya. Kami sebagai tim pengabdian psikologi Universitas Semarang melihat celah tersebut dan pada akhirnya memberikan masukan bahwa para ibu-ibu wirausaha ini perlu diberikan adanya pelatihan tentang *service excellent* (layanan prima) agar dapat menarik pelanggan menjadi lebih ramai dan menaikkan omset penjualan produknya.

Saran

Tim pengabdian memberikan saran pada ibu-ibu wirausaha agar lebih mampu mengoptimalkan keterampilan ibu-ibu wirausaha dalam melayani pelanggan guna peningkatannya omset, kualitas mutu jualan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bisa dilakukan pertemuan tiga bulan sekali dengan para ibu-ibu wirausaha lainnya di lingkungan sekitar RT.08 sehingga bisa memperluas cakrawala dan pandangan ibu-ibu wirausaha ini dalam mengembangkan usaha penjualannya.

REFERENSI

- Agusti & Verano. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC arjuna Medan Perjuangan). *Jurnal Niagawan*, Vol 11 No 1 2022.e-ISSN : 2579-8014, p-ISSN : 2301-7775
- Fitria Sari, R., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (1), 1801–1812. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/6067>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Gunawan, E., Sebastian, G. O., & Harianto, A. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Empat Virtual Hotel Operator Di Surabaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2 (2), 145–153. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20981>.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2 (5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(2).