

Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, dan Kualitas Produk

Indriana Maha Resti

Universitas Islam Batik Surakarta

indrianamaharesti@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out of the effect of service quality, product variants and product quality towards customer satisfaction. this research is focused on product or buyers at Batik Fajar Indah Surakarta. This research's type quantitative describe. this research's population of this study were buyers for 3 months in 2020 is 1.350 and the sample of this researched is totally 100 responden. Data collection method use questionnaire method with accidental sampling technique, and analysis technique used multiple linear regression analysis. The concluded of this researched is service quality, product variants and quality product influences significantly towards customer satisfaction.

Keywords : Service quality; Product variants; Quality product; customer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini difokuskan pada produk atau pembeli pada Batik Fajar Indah Surakarta. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pembeli selama 3 bulan pada tahun 2020 adalah 1.350 dan sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan teknik accidental sampling, dan teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas layanan; Varian produk; Kualitas produk; kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah tolak ukur yang sangat di perlukan dalam aktivitas pemasaran, terbentuknya kepuasan bisa memberikan kegunaan yaitu, hubungan diantara penjual dengan pembeli menjadi sangat harmonis, memberikan dasar untuk membeli produk kembali dan membentuk rekomendasi yang menguntungkan perusahaan (Kolo dan Darma, 2020; Darma dan Noviana; Priskila dan Darma, 2020; Shavitri dan Darma, 2020; Sudiwedani dan Darma, 2020; Karniawati et al., 2021; Krismajayanti dan Darma, 2021; Handayani dan Darma, 2021; Murti dan Darma, 2021; Yong dan Darma, 2020; Rivaldo et al., 2021).

Kepuasan bisa diukur untuk tanda senang yang dapat dirasakan bagi pelanggan sebab bisa menciptakan keinginan pelanggan (Muhammad dan Matadji, 2016; Wandari dan Darma, 2021; Dharmayanti dan Darma, 2020; Kusuma dan Darma, 2020; Wulandari dan Darma, 2020). Kualitas pelayanan adalah hal penting dalam pengaruh kepuasan pelanggan secara srentak, kualitas pelayanan membujuk pelanggan supaya adanya keterkaitan terhadap barang dan pelayanan kemudian berdampak terhadap daya saing suatu produk. kualitas pelayanan berpengaruh dengan dan kebutuhan dari setiap para pelanggan. layanan tersebut berarti sebuah layanan yang berkualitas jika perusahaan sanggup memberikan barang atau layanan seperti dengan keinginan, kebutuhan dari setiap para pelanggan (Fermina, 2013; Ginantra et al, 2017; Kanten dan Darma, 2017; Wardana dan Darma, 2020).

Varian Produk adalah salah satu penunjang penting yang dapat menumbuhkan kepuasan konsumen, varian produk tidak hanya tidak selalu menyangkut jenis produk tapi juga mengenai kualitas produk, rancangan, keunggulan, sampul, tingkatan layanan, jaminan serta pengembalian yang wajib diamati oleh perusahaan terhadap beragam barang yang diciptakan secara keseluruhan (Adi dan Nugroho, 2018; Agung dan Darma, 2019; Darma et al., 2019; Dewi dan Darma, 2019; Swari dan Darma, 2019).

Kualitas Produk juga merupakan faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, barang memiliki arti yang sangat penting untuk toko atau perusahaan karna bila tidak ada barang maka toko tidak bisa melaksanakan apa-apa dari sebuah usahanya. Pelanggan datang membeli barang kembali jika mereka tertarik dan sudah dirasa cocok dan nyaman, karena itu barang wajib disamakan dengan keinginan dari para pembeli. Kualitas barang yang diberikan dari perusahaan untuk kepuasan pelanggan mempunyai hubungan erat dengan keuntungan yang akan didapat, kualitas barang yang bagus akan menambah pembelian pelanggan sehingga perusahaan telah memiliki citra yang baik di benak pelanggan (Yetty dan Gracia, 2015; Wahyuni dan Darma, 2019; Handayani dan Darma, Maharani dan Darma, 2018; Wulandari dan Darma, 2020; Arianti dan Darma, 2019).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan suatu gambaran. tentang perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang kemudian timbul sesudah .membandingkan antara kesanya mengenai kinerja (hasil) dari suatu barang dan harapanya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014 : 268) kwalitas pelayanan merupakan suatu yang berpusat pada upaya dilakukan untuk mencukupi keperluan dan harapa pelanggan dan kecerrmatan menyampaikan untuk keseimbangan keinginan para pelaanggan.

Masyarakan akan merassa puas bilamana mereka memperoleh sesuatu layanan yang berkualitas. Menurut A.S Moenir (2006 : 204) kualitas yaitu, Layanan yang sigap, memuaskan, tanpa terdapat kekeliruan, ikut dalam prosedur dan peraturan yang telah di ditetapkan dari awal

Varian Produk

Varian produk merupakan bagian penting untuk para konsumen dikarenakan varian produk dapat mewariskan kesempatan kepada pembeli untuk dapat dibandingkan, dibedakan dan dipilih antara beberapa saran potensial yang dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan para pembeli (Adi dan Nugroho, 2018). Menurut Kotler dan Keller (2012 : 15) mengemukakan varian produk diartikan juga menjadi bauran produk yang bisa di sebut dengan opsi produk merupakan kelompok dari keseluruhan barang-barang yang ditawarkan serta di jual kepada penjual khusus.

Kualitas Produk

Menurut. Kotler (2005 : 49) kwalitas. produk merupakan semua ciri-ciri dari sebuah barang ataupun layanan terhadap suatu keahlian untuk memberikan kepuasan kebutuhan. yang disertakan. Lupiyoadi (2001 :158) mengatakan pelanggan akan merasa lebih puas bila dari hasil evaluasi menyatakan adanya suatu barang yang telah digunakan itu berkualitas.

Hipotesis

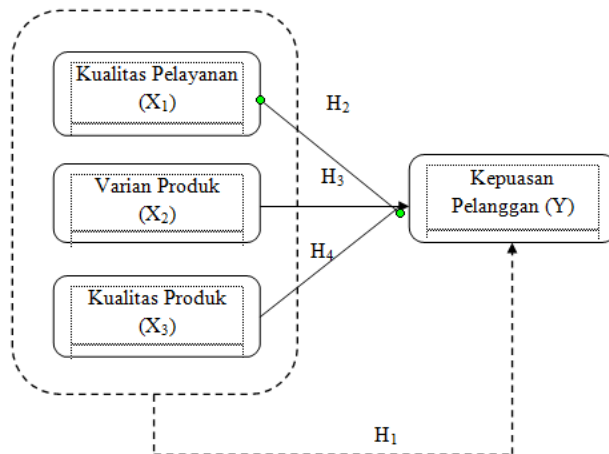
H1 : Diduga kualitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Batik fajar Indah surakarta.

H2 : Diduga kualitas pelayanan secara parsial dapat mempengaruhi positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah Surakarta.

H3 : Diduga varian produk secara parsial dapat mempengaruhi positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah Surakarta.

H4 : Diduga kualitas produk secara parsial dapat mempengaruhi positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di Batik Fajar Indah Surakarta.

Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan september 2020 sampai pada bulan januari 2021, peneliitian dilaksanakan pada batik fajar indah surakarta yang beralamat di jl. Dr. Radjiman no. 439, bumi, kec. Laweyan, kota surakarta, jawa tengah. Pengambilan penelitian data mulai dilakukan pada bulan september 2020 sampai dengan bulan nopember 2021. Populasi dari penelitian ini merupakan seluruh pembeli batik fajar indah yang berjumlah 1.350 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampliing, jumlah sampel dipenelitian ini adalah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel
Hasil Regresi Linear berganda

| Variabel | B | t _{hitung} | Sig |
|--------------------|-------|---------------------|-------|
| (Constant) | 7,324 | 2,904 | 0,005 |
| Kualitas Pelayanan | 0,126 | 1,160 | 0,249 |
| Varian Produk | 0,137 | 1,257 | 0,212 |
| Kualitas Produk | 0,307 | 3,227 | 0,002 |

R² = 0,322 F_{hitung} = 15,189 F_{sig.} = 0,000
Adjusted R² = 0,301
Y = 7,324 + 0,126 X₁ + 0,137 X₂ + 0,307 X₃ + e

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Durbin-Watson |
|-------|-------|----------|-------------------|---------------|
| 1 | 0,567 | 0,322 | 0,301 | 1,276 |

Sumber : data primer diolah 2020

Dari tabel diatas menunjukkan koefisien determinasi yang diperoleh 0,301. Ini menunjukkan adanya kemampuan dari variabel Kualitas Pelayanan, Varian produk dan Kwalitas produk dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama di Batik Fajar Indah adalah sebesar 30,1 % sementara sisanya 69,9 % dan menjelaskan pada variabel lain yang tidak diikut sertakan di penelitian ini.

3. Uji F (simultan)

Tabel
Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | DF | Mean Square | F | Sig. | Keterangan |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|------------|
| Regression | 456,350 | 3 | 152,117 | 15,189 | ,000 ^a | Signifikan |
| Residual | 961,410 | 96 | 10,015 | | | |
| Total | 1417,760 | 99 | | | | |

Sumber : data primer, diolah 2020

Dari tabel hasil uji F diatas menunjukkan nilai Fhitung sebesar 15,117 > Ftabel yaitu sebesar 2,71 dengan siignifikansi 0,000 yang berarti < 0,05. Dari nilai terkemukaan maka dapat disimpulka variabel X1, X2, X3 (kwalitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk) secara siimultan dapat mempengaruhi signifikan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) di Batik Fajar Indah Surakarta.

4. Uji t (parsial)

Tabel
Hasil Uji t

| Variabel | t _{hitung} | t _{tabel} | Sig. | Keterangan |
|---------------------|---------------------|--------------------|-------|------------------------|
| Kualitas Produk | 2,568 | 1,984 | 0,012 | H ₀ ditolak |
| Diferensiasi produk | 2,737 | 1,984 | 0,007 | H ₀ ditolak |
| Kualitas Produk | 2,087 | 1,984 | 0,040 | H ₀ ditolak |

Sumber : data primer, diolah 2020

dari tabel hasil uji t diatas maka t diinterpretasikan sebagai berikut :

- Diketahui pada uji variabel kualitas pelayanan (X1) menunjukkan nilai thitung (2,568) > tabel (1,984) dan tsig (0,012) < dari α (0,05), dapat di simpulkan pada variabel kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif dan siignifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Diketahui pada uji variabel varian produk (X2) menunjukkan nilai thitung (2,737) > tabel (1,984) dan tsig (0,007) < α (0,05), bisa diambil kesimpulan Varian produk berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.
- Diketahui pada uji variabel kualitas produk (X3) menunjukkan thitung (2,087) > tabel (1,984) dan tsig (0,040) < α (0,05), bisa diambil kesimpulan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan

PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan, Varian Produk dan Kualitas Produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan Batik Fajar Indah Surakarta.

Diketahui nilai Fhitung (15,189) > Ftabel (2,71), maka H₀ ditolak dan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan, Varian Produk dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Suwito, dkk. (2018) maupun Rindu dan Rahmat (2015) yang mengemukakan Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Varian Produk dan Kualitas Produk.

Hasil ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah Surakarta.

2. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Batik Fajar Indah Surakarta.

Kualitas Pelayanan yang diketahui nilai thitung (2,568) > ttabel (1,984) dan tsig (0,012) < α (0,05). maka bisa didapat kesimpulan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Batik fajar Indah. Hal itu membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat diperlukan dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian relevan seperti yang telah diselesaikan oleh Ferminda (2013), Suwito, dkk. (2018), Farah dan Dwi (2012) yang mengemukakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan memberikan keringanan, kesigapan, jalinan, kesanggupan dan ketulusan yang dilibatkan kepada pelanggan melewati cara dan kelakuan dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Untuk itu kualitas layanan harus menjadi fokus utama agar dapat mempertahankan pelanggannya agar tidak berpindah.

3. Variabel Varian Produk berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di Batik Fajar Indah Surakarta.

Variabel Varian Produk diketahui nilai thitung (2,737) > ttabel (1,984) dan tsig (0,007) < α (0,05). berdasarkan penelitian diambil simpulan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan varian produk terhadap kepuasan pelanggan di Batik Fajar Indah surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa adanya keberagaman produk dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan kepuasan bagi pelanggan.

Penelitian mengenai varian produk terhadap kepuasan pelanggan dilakukan penelitian terdahulu oleh Purnomo (2017) dan Meilaty, dkk. (2020).

Varian Produk sangat penting di dalam dunia bisnis. Vrian produk yang dimiliki Batik Fajar Indah sangat beragam mulai dari ukuran, jenis, bahan, varian merk dan desain yang sesuai dengan perkembangan saat ini. Keberagaman produk yang dimiliki perusahaan membuat pelanggan tidak perlu lagi mencari produk yang sejenis ditoko lain dan desain yang menarik menjadikan pengaruh pada kepuasan pelanggan.

4. Variabel Kualitas Produk berpengaruh pada kepuasan Pelanggan di Batik Fajar Indah Surakarta.

Variabel kualitas produk diketahui nilai thitung (2,087) > ttabel (1,984) dan tsig (0,040) < α (0,05). Berdasarkan penelitian bisa diambil simpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk pada kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa bersama adanya kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian mengenai kualitas produk pada kepuasan pelanggan telah dilakukan penelitian oleh Rindu dan Rahmat (2015), Veta dan Meko (2019), Farah dan Dwi (2012).

Kwalitas produk adalah keseluruhan dari gambar dan keunikan produk yang terpaut kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang di tentukan (Kotler & Keller, 2009 : 143).

Batik fajar Indah banyak menawarkan kualitas produk diantara lain adalah daya tahan, kesesuaian, fitur, estetika dan kualitas. Kesesuaian kualitas produk yang di inginkan pelanggan akan menjadikan pelanggan bahwa kualitas yang dirasakan produk mendapatkan feedback yang positif.

PENUTUP

Kwalitas pelayanan, varian produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah surakarta. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah surakarta. Varian produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah surakarta. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Fajar Indah Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, N.F.A., and Darma, G.S. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage, *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, **4** (1): 743-747.
- Arianti, N.L.N., Darma, G.S., and Mahyuni, L.P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **16** (2): 67-78.
- Darma, G.S., & Noviana, I.P.T. (2020). Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, *4*(3), 2257-2262. <https://doi.org/10.35335/mantik.Vol4.2020.1084.pp2257-2262>.
- Darma, G.S., Wicaksono, K., Sanica, I.G., and Abiyasa, A.P. (2019). Faktor Kompensasi dan Strategi Gojek Dalam Meningkatkan Kepuasan Kerja Para Driver, *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, **6** (3): 232-244.
- Demas, M., dan Matadji Nurdiansyah. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Toga Mas Gajah Mada Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, **1** (1): 29-44.
- Dewi, M.V.K., and Darma, G.S. (2019). The Role of Marketing & Competitive Intelligence In Industrial Revolution 4.0, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **16** (1): 1-12.
- Dharmayanti, P. D., & Darma, G. S. (2020). The Use of Instagram in Coffee Shop. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, *7*(4), 48-56. <https://doi.org/10.21744/irjm.v7n4.948>
- Ginantra, K.G., Lestari, N.P.N.E., Gorda, A.A.N.E.S., and Darma, G.S. (2017). Effects of Promotion, Product Quality, Brand Image and Price on Customer Satisfaction and Brand Switching Decision, *International Journal of Management and Economics Invention*, **3** (12): 1514-1523.
- Hayati, Y.H., dan Gracia Sekartaji. (2015). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Pak Ndut Solo, *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi*, **1** (1): 49-56.
- Handayani, L.P.D.S., & Darma, G. S. (2021). Pengaruh Kebijakan Pemeriksaan, Kebijakan Akses Informasi Keuangan dan Forensik Digital terhadap Kualitas Pemeriksaan Pajak. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *6*(3), 1260-1272. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i3.1142>
- Handayani, K.A.T., and Darma, G.S. (2018). Firm Size, Business Risk, Asset Structure, Profitability, and Capital Structure, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **15** (2): 48-57.

- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **14** (2): 143-165.
- Karniawati, N.P.A., Darma, G. S., Mahyuni, L.P., & Sanica, I.G. (2021). COMMUNITY PERCEPTION OF USING QR CODE PAYMENT IN ERA NEW NORMAL. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, *18*(1), 3986-3999.
- Kolo, S.M., and Darma, G.S. (2020). Faktor-Faktor Terpenting Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G di Denpasar, *Jurnal Manajemen Bisnis*, **17** (1): 57-74.
- Kotler and Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. ahli Bahasa Bob Sabran. Edisi B. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, P. O., & Darma, G. S. (2020). Mobile Payment Transaction on MSMEs. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, *7*(3), 104-109. <https://doi.org/10.21744/irjm.v7n3.926>.
- Krismajayanti, N.P.A., & Darma, G. S. (2021). Eksplorasi Loyalitas Millennial Terhadap Brand Apple. Prestige or Needs?. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, *18*(3), 32-44.
- Manopo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*, **1** (4): 1341-1348.
- Maharani, I.G.A.P.D., and Darma, G.S. (2018). Consumer Purchasing Behavior Analysis on Impulse Buying, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, **15** (3): 16-37.
- Murti, K.G.K., & Darma, G. S. (2021). Jalan Terjal Online Travel Platform Hadapi Pandemi. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *6*(5), 2280-2296. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i5.2703>
- Moenir. A.S. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip, Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. Jakarta: Pt Indeks.
- Priskila, S., & Darma, G.S. (2020). Employee Perception of Brand Value in the Jewelry Industry. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, *23* (2). <http://dx.doi.org/10.14414/jebav.v23i2.2281>.
- Rambat, L. (2001). *Manajemen pemasaran Jasa*. Teori dan Praktikan. edisi Pertama. Depok: Salemba Empat.

- Rivaldo, I. M. G., Lestari, N.P.N.E., & Darma, G.S., & Gorda, A.A.N.E.S. (2021). Integrating The Credit Lending Strategies of Multi-Purpose Cooperatives (a Case Study at KSU Dauh Ayu in Denpasar). *Jurnal Mantik*, 4(4), 2318-2324. <https://doi.org/10.35335/mantik.Vol4.2021.1138.pp2318-2324>.
- Shavitri, L.P.D., & Darma, G.S. (2020). Pengaruh Implementasi Kebijakan Pemeriksaan dan Forensik Digital terhadap Kualitas Pemeriksaan dan Keberhasilan Penerimaan Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(10), 2682 - 2697. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i10.p19>
- Sudiwedani, A., & Darma, G.S. (2020). Analysis of the effect of knowledge, attitude, and skill related to the preparation of doctors in facing industrial revolution 4.0, *Bali Medical Journal*, 9(2), 524-530. <https://dx.doi.org/10.15562/bmj.v9i2.1895>.
- Suwito, AR., dan Wibisono, N.M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Image, dan variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik*, 1 (1): 110-123.
- Swari, D.A.K.B.A., and Darma, G.S. (2019). Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media dan Electronic Word of Mouth, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16 (4): 145-161.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardana, I.M.A., & Darma, G.S. (2020). Garment Industry Competitive Advantage Strategy During Covid-19 Pandemic. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, <https://www.archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/2732>.
- Wandari, N.K.M.A., & Darma, G. S. (2021). Pengelolaan Karakter Green-Behavior Pada Generasi Milenial Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green-Product. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 49-61. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v6i1.14778>
- Wahyuni, N.W.S., and Darma, G.S. (2019). Mobile Advertising, Product Social Value dan Purchase Intention pada Instagram, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16 (4): 87-101.
- Wulandari, N.L.P.T., & Darma, G.S. (2020). Textile Industry Issue in Pandemic of Covid-19. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(7), 8064-8074. Retrieved from <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/3526>.
- Wulandari, L.P.A., & Darma, G.S. (2020). Advertising Effectiveness in Purchasing Decision on Instagram. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 381-389. <http://dx.doi.org/10.22334/jbhost.v6i2.220>

Yong, I.D., & Darma, G.S. (2020). Indikator Penentu Naik Turunnya Harga Saham pada Perusahaan High Deviden 20 Periode Tahun 2014-2019. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1591-1610. doi:10.36418/syntax-literate.v5i12.1907