



Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen: Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi

Adli Nanda^{1*}, Dadan Alfi Rahmatullah², Rafly Syach Putra³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: adlinanda72@gmail.com

²Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: dadanalfi06@gmail.com

³Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: raflisyach991@gmail.com

*Corresponding author: Adli Nanda¹

Abstrak: Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan strategi pemasaran. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Artikel ini mereview Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen, produk, harga, pelayanan dan lokasi.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Produk, Harga, Pelayanan, Lokasi

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha informasi dan komunikasi yang semakin pesat yang didukung oleh semakin canggihnya teknologi, maka semakin pesat pula persaingan di antara pengusaha komunikasi dan informasi untuk menarik konsumen dan menguasai pangsa pasar yang ada. Selanjutnya maka produsen harus dapat menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. pemahaman mengenai perilaku konsumen adalah pengetahuan yang sangat penting agar dapat memahami kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen secara lebih baik. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan pemasar. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada menyebabkan masyarakat menggunakan alat komunikasi yang dinilai mempunyai fungsi praktis dan cepat oleh karena itu sangat tidak mengherankan apabila di dalam realita masyarakat banyak dijumpai pengguna ponsel dengan beraneka ragam model.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian

barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan strategi pemasaran. Dalam bisnis, salah satu keunggulan dalam persaingan terutama adalah kualitas produk yang memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar di masa yang akan datang.

Umumnya Konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterimanya yang diungkapkan baik lisan maupun non lisan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengetahuan dan juga pengalaman pembelian sebelumnya. Harapan - harapan pelanggan tersebut diatas dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan, pada dasarnya harapan pelanggan yang paling utama adalah kepuasan pelanggan lebih memikirkan apa yang akan dibelinya dapat memuaskannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan tersebut sebagai dasar pelanggan untuk membeli.

Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dalam keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, harga adalah salah satu unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran yang akan mendatangkan laba. Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan itu sendiri. Namun, hal ini sering kali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat serta perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat sekarang ini, besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

1. Apakah Produk berpengaruh terhadap Motivasi Konsumen ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Motivasi Konsumen ?
3. Apakah Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap motivasi konsumen ?

KAJIAN TEORI

Motivasi Konsumen

Pengertian Motivasi konsumen Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) "Motivation can be described as the driving force within individuals that impels them to action". Artinya motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. Achmad Fauzi (2001) mengatakan bahwa motivasi adalah suatu

keadaan dalam pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan. Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-guna guna mencapai suatu tujuan (Saputra & Mahaputra, 2022c).

Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (state of tension) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut (Sumarwan, 2002).

Motivasi Konsumen telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Noviriska, 2019), (Widodo et al., 2017), (Mukhtar et al., 2016), (M & Ali, 2017), (Wahono & Ali, 2021), (Havidz et al., 2020), (Hasyim & Ali, 2022), (Fauzi & Ali, 2021), (Hermawan, 2022a), (Gunawan et al., 2022), (Suroso, 2022), (Christian et al., 2022), (Ramadhan & Bukhari, 2020).

Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2002). Unsur-unsur yang terkait dengan suatu produk adalah kualitas, penampilan (features), pilihan yang ada (options), gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis (product lines), macam (product items), jaminan, dan pelayanan. 15 Kualitas produk adalah ukuran seberapa baik unjuk kerja produk dan seberapa lama unjuk kerjanya. Para pembeli mengagumi produk-produk yang dibuat dengan baik serta dapat menghargai mutu dan kinerja (Kotler, 2002), sedangkan menurut Hapzi (2002), kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk (precision), mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Kebanyakan produk disediakan pada mulanya berawal pada satu di antara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi), dan kualitas sangat baik (Mahaputra & Saputra, 2021c).

Produk telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Kainde et al., 2021), (Saputra & Ali, 2021), (Rachmawati, 2015), (Ikhsani & Ali, 2017), (Prayetno & Ali, 2020), (Agussalim et al., 2016), (Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, 2020), (Saputra, 2022a), (Ali, Zainal, et al., 2022), (Rony et al., 2020), (Bukhari et al., 2020), (Bukhari et al., 2021), (Ferdiansyah & Bukhari, 2021), (Noorfikri et al., 2021).

Harga

Rorim Panday (2019), motivasi konsumen dalam melakukan pembelian juga dipengaruhi oleh harga misalnya seorang konsumen dengan pertimbangan ekonomis akan memilih harga yang sesuai dengan kemampuannya. Diskon (potongan harga) merupakan modifikasi harga dasar penjualan untuk menghargai pelanggan atas tindakan-tindakannya seperti pembayaran awal, kuantitas pembelian dan pembelian di luar musim (Kotler, 2002). Tindakan tersebut dimaksudkan untuk menarik konsumen agar tetap menjadi pelanggan dan mau melakukan tindakan yang membawa keuntungan perusahaan (Saputra & Mahaputra, 2022a).

Harga telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Mahaputra & Saputra, 2022), (Erviani et al., 2019), (Saputra & Ali, 2022), (Syauket et al., 2022), (Sutiksno, S. D. U., Rufaidah, P., Ali, H., & Souisa, 2017), (Mahaputra & Saputra, 2021b), (Maharani & Saputra, 2021), (Hermawan, 2021), (Hadita, 2019), (Kustiwan & Hadita, 2020), (Hadita & Adiguna, 2019), (Meutia et al., 2021), (Hernikasari et al., 2022), (Hadita et al., 2020), (Jumawan et al., 2020).

Pelayanan dan Lokasi

Woelandari (2021) keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran, pelayanan dalam pembelian, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, dan lain sebagainya. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang memotivasi konsumen karena dalam hal ini menyangkut suasana di tempat tersebut baik dari segi pramuniaga yang ramah, fasilitas yang diberikan dan lain sebagainya (Marwan 1986).

Lokasi memiliki pengaruh yang nyata terhadap pilihan konsumen. Pada umumnya, konsumen akan memilih dealer yang dekat dengan tempat tinggal mereka. Lokasi merupakan hal yang kritis bagi kelangsungan hidup dealer yang bersangkutan, yang juga perlu diperhatikan mengenai lokasi adalah letaknya yang strategis baik dari segi transportasi yang menggambarkan mudahnya lokasi tersebut dijangkau, misalnya ketersediaan sarana angkutan umum (Saputra, 2022c).

Pelayanan dan Lokasi telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, antara lain: (Shobirin & Ali, 2019), (Saputra & Saputra, 2021), (Fahmi & Ali, 2022), (Atmoko & Noviriska, 2022), (Nofrialdi, 2021), (Rahmayani & Nofrialdi, 2022), (Pratikno et al., 2022), (Sari et al., 2021), (Yulianingrum et al., 2021), (Handayani & Wati, 2017).

Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	Faradiba dkk, (2013)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang)	Produk ,harga, pelayanan dan lokasi	Motivasi Konsumen
2	Hidayat, (2013)	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Voucher Isi Ulang XL di Universitas Semarang	Kualitas Produk, Persepsi Harga	Pelayanan dan Lokasi berpengaruh pada motivasi Konsumen
3	Martono dan Iriani, (2014)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan	Kualitas Produk dan Harga	Pelayanan dan Lokasi berpengaruh pada motivasi Konsumen
4	Nikita Karundeng, Johny A.F. Kalangi, Olivia Walangitan (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat	Produk berpengaruh pada Minat beli konsumen	Harga, Pelayanan dan Lokasi
5	Heru Santoso , Yoyok Soesaty O (2014)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 Di Surabaya	Kualitas produk dan harga berpengaruh pada minat pembeli	Pelayanan dan Lokasi
6	Arief Adi Satria (2017)	Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36	Harga, Kualitas Produk berpengaruh pada Minat Beli	Pelayanan dan Lokasi

METODE PENULISAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dan library research. Dengan mengkaji berdasarkan penelitian terdahulu yang berpengaruh atau relevan dengan penelitian ini. Peneliti melakukan pengumpulan data yang bersumber dari aplikasi *Google Scholar* dan menggunakan *Mendeley* sebagai referensi daftar pustaka. Artikel penelitian kualitatif harus menggunakan asumsi metodologi yang konsisten, sehingga tidak menimbulkan pertanyaan oleh pembaca. Salah satu alasan melakukan penelitian ini yaitu bersifat eksploratif (Ali, H., & Limakrisna, 2013)

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Produk terhadap Motivasi Konsumen

Dalam motivasi pembelian terbagi menjadi motivasi rasional dan emosional. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta obyektif keadaannya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima. Sedangkan motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindera misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional (Wahyuni. 2008).

Produk berpengaruh terhadap Motivasi Konsumen, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Supriyadi et al., 2019), (Sitio & Ali, 2019), (Riyanto et al., 2017), (Agussalim et al., 2020), (Saputra & Mahaputra, 2022a), (Mahaputra & Saputra, 2021a), (Ali, 2020), (Pandiangan et al., 2021), (Ridwan et al., 2020), (Saputra, 2022b), (Sudiantini, 2020), (Sulistiyowati et al., 2022), (Winarso et al., 2018), (Nursal, Komariah, et al., 2022), (Panday & Nursal, 2021), (Soehardi et al., 2021), (Nursal, Rianto, et al., 2022).

2. Pengaruh Harga terhadap Motivasi Konsumen

Apabila harga yang diberikan oleh pihak produsen sesuai dengan daya beli masyarakat sekitar dan konsumen dapat merasakan manfaat dari harga yang telah dibayarkan, berarti harga merupakan hal yang penting bagi konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2001:339), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Sudiantini & Saputra, 2022).

3. Pengaruh Pelayanan dan Tempat terhadap Motivasi Konsumen

keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran, pelayanan dalam pembelian, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, dan lain sebagainya. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang memotivasi konsumen karena dalam hal ini menyangkut suasana di tempat tersebut baik dari segi pramuniaga yang ramah, fasilitas yang diberikan dan lain sebagainya. Lokasi memiliki pengaruh yang nyata terhadap pilihan konsumen. Pada umumnya, konsumen akan memilih dealer yang dekat dengan tempat tinggal mereka (Saputra & Ali, 2022).

Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.

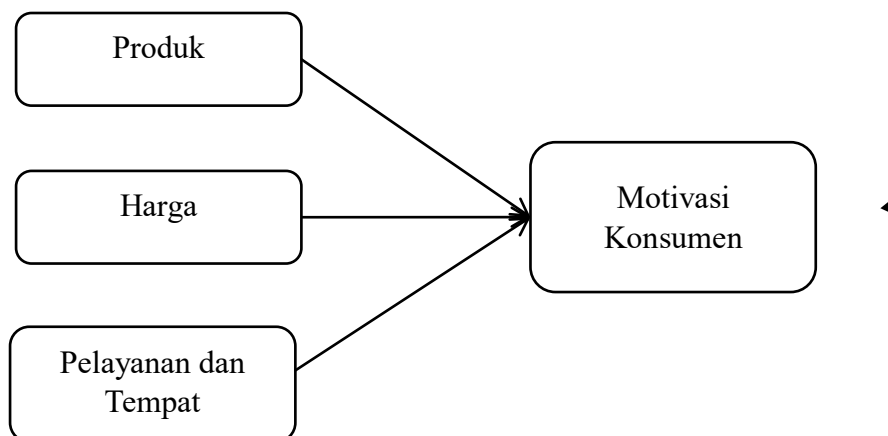


Figure 1: Conceptual Framework

Artikel ini membahas mengenai Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen: Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi. Terdapat faktor lain yang berpengaruh terhadap Motivasi Konsumen, yaitu:

1. Kualitas Produk: (Noviriska, 2019), (Mahaputra & Saputra, 2021b), (Widodo et al., 2017), (Mukhtar et al., 2016), (M & Ali, 2017), (Wahono & Ali, 2021), (Havidz et al., 2020), (Hasyim & Ali, 2022), (Fauzi & Ali, 2021), (Hermawan, 2022a), (Gunawan et al., 2022), (Suroso, 2022), (Christian et al., 2022), (Ramadhan & Bukhari, 2020).
2. Promosi: (Kainde et al., 2021), (Saputra & Ali, 2021), (Rachmawati, 2015), (Ikhsani & Ali, 2017), (Prayetno & Ali, 2020), (Agussalim et al., 2016), (Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, 2020), (Saputra, 2022a), (Ali, Zainal, et al., 2022), (Rony et al., 2020), (Bukhari et al., 2020), (Bukhari et al., 2021), (Ferdiansyah & Bukhari, 2021), (Noorfikri et al., 2021), (Saputra, 2021), (Saputra & Mahaputra, 2022b), (Mahaputra & Saputra, 2022).
3. Kebutuhan Konsumen: (Kainde et al., 2021), (Saputra & Ali, 2021), (Rachmawati, 2015), (Ikhsani & Ali, 2017), (Prayetno & Ali, 2020), (Agussalim et al., 2016), (Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, 2020), (Saputra, 2022a), (Ali, Zainal, et al., 2022), (Rony et al., 2020), (Bukhari et al., 2020), (Bukhari et al., 2021), (Ferdiansyah & Bukhari, 2021), (Noorfikri et al., 2021), (Ali, Sastrodiharjo, et al., 2022), (Maharani & Saputra, 2021).
4. Keinginan Konsumen: (Saputra, 2022b), (Hermawan, 2022b), (Saputra & Mahaputra, 2022c), (Shobirin & Ali, 2019), (Saputra & Saputra, 2021), (Fahmi & Ali, 2022), (Atmoko & Noviriska, 2022), (Nofrialdi, 2021), (Rahmayani & Nofrialdi, 2022), (Pratikno et al., 2022), (Sari et al., 2021), (Yulianingrum et al., 2021), (Handayani & Wati, 2017).
5. Potongan Harga: (Supriyadi et al., 2019), (Sitio & Ali, 2019), (Riyanto et al., 2017), (Agussalim et al., 2020), (Saputra & Mahaputra, 2022a), (Mahaputra & Saputra, 2021a), (Ali, 2020), (Pandiangan et al., 2021), (Ridwan et al., 2020), (Saputra, 2022b), (Sudiantini, 2020), (Sulistyowati et al., 2022), (Winarso et al., 2018), (Nursal, Komariah, et al., 2022), (Panday & Nursal, 2021), (Soehardi et al., 2021), (Nursal, Rianto, et al., 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian seseorang

dalam melakukan transaksi ekonomi di suatu perusahaan. Kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dengan kualitas produk, promosi dalam menarik minat masyarakat serta lokasi yang strategis tentunya menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian. Dengan demikian indikator tersebut sepatutnya menjadi bahan evaluasi bagi setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan usaha.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, masih banyak faktor lain yang berpengaruh terhadap Motivasi Konsumen selain Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi yang dapat digunakan pada riset selanjutnya, yaitu: Kualitas Produk, Promosi, Kebutuhan Konsumen, Keinginan Konsumen dan Potongan Harga.

DAFTAR RUJUKAN

- Agussalim, M., Ayu Rezkiana Putri, M., & Ali, H. (2016). Analysis work discipline and work spirit toward performance of employees (case study tax office Pratama two Padang). *International Journal of Economic Research*.
- Agussalim, M., Ndraha, H. E. M., & Ali, H. (2020). The implementation quality of corporate governance with corporate values: Earning quality, investment opportunity set, and ownership concentration analysis. *Talent Development and Excellence*.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H. (2020). *Modul Strategic Management Program Studi Magister Management*.
- Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Pengukuran Organizational Citizenship Behavior : Beban Kerja , Budaya Kerja dan Motivasi (Studi Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 83–93.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Atmoko, D., & Noviriska. (2022). PERAN PEMUDA DALAM MENCEGAH BAHAYA NARKOBA DAN PORNOGRAFI DI KELURAHAN RAWAJATI, KECAMATAN PANCORAN, JAKARTA SELATAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 62–67.
- Bukhari, E., Fikri, A. W. N., & Narpati, B. (2020). Pembekalan Perencanaan Keuangan dalam Memasuki Persiapan Pensiun bagi PNS Pemkot Bekasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 3(1), 21–26. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v3i1.52>
- Bukhari, E., Narpati, B., & Fikri, A. W. N. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan terhadap Minat Menabung (Studi Kasus pada warga 07 Kampung KB Marga Mulya Bekasi Utara). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 1–6. <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIAM/article/view/292>
- Christian, Y., Suroso, S., & Untari, D. T. (2022). PROJECT PERFORMANCE ANALYSIS USING BALANCED SCORECARD (CASE STUDY : MANAGE SERVICE PROJECT AT PT . X). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 702–714.
- Erviani, R. S., Suciati, T. N., & Pohan, A. (2019). KONSEP DIRI ANGGOTA DEWAN PEREMPUAN DPR RI (Studi Interaksionisme Simbolik Tentang Konsep Diri Anggota Dewan Perempuan DRR RI Dari Kalangan Selebritas Periode 2014-2019). *Ubhara J*, 97–107. <https://doi.org/10.37700/0033-2909.I26.1.78>
- Fahmi, I., & Ali, H. (2022). DETERMINATION OF CAREER PLANNING AND

- DECISION MAKING: ANALYSIS OF COMMUNICATION SKILLS, MOTIVATION AND EXPERIENCE (LITERATURE REVIEW HUMAN RESOURCE MANAGEMENT). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(5), 823–835.
- Fauzi, D. H., & Ali, H. (2021). DETERMINATION OF PURCHASE AND REPURCHASE DECISIONS: PRODUCT QUALITY AND PRICE ANALYSIS (CASE STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE CONSUMERS IN THE CITY OF JAKARTA). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh Modal , Financial Knowledge , Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2), 103–114.
- Gunawan, R., Suroso, S., & Syarief, F. (2022). EFFECT OF TECHNOLOGY , EMPLOYEE COMPETENCY AND LEADERSHIP ON OPERATIONAL PERFORMANCE AT MALEO PRODUCER PLATFORM-MADURA OFFSHORE PT . RADIANT UTAMA. *Dinasti International Journal Of Management*, 3(4), 694–701.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Hadita, & Adiguna, D. (2019). The effect of location and the promotion mix on visitors' interest: The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–13.
- Hadita, Widjanarko, W., & Hafizah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Handayani, M., & Wati, L. (2017). Analisa Pengaruh Arus Kas Terhadap Rasio Likuiditas (Studi Kasus Pada PT. Maju Jaya Jakarta). In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 17, Issue 2, pp. 63–70). [http://repository.ubharajaya.ac.id/759/1/Handayani-Wati-Analisa Pengaruh Arus Kas Terhadap Rasio Likuiditas-repo.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/759/1/Handayani-Wati-Analisa%20Pengaruh%20Arus%20Kas%20Terhadap%20Rasio%20Likuiditas-repo.pdf)
- Hasyim, U., & Ali, H. (2022). REUSE INTENTION MODELS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC : CASHBACK PROMOTION AND E-SERVICE QUALITY CASE STUDY : OVO ELECTRONIC MONEY IN. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 440–452.
- Havidz, H. B. H., Hudaya, A., & Ali, H. (2020). MODEL OF CONSUMER TRUST ON TRAVEL AGENT ONLINE: ANALYSIS OF PERCEIVED USEFULNESS AND SECURITY ON RE- PURCHASE INTERESTS (CASE STUDY TIKET.COM). *Dinasti International Journal of Economic, Finance, and Accounting*, 1(1), 110–124. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, M. R. M. (2020). BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISION: ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION AND PROMOTION(LITERATURE REVIEW OF MARKETING MANAGEMENT). 1(2), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Hermawan, E. (2021). Literature Review Company Policy : Workload , Work Time and Employee Compensation. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(3), 126–134.
- Hermawan, E. (2022a). ANALISIS PENGARUH BEBAN KERJA, KONFLIK PEKERJAAN- KELUARGA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA PT. SAKTI MOBILE JAKARTA. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 372–380.
- Hermawan, E. (2022b). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja PT. Sakti Mobile Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 1410–9794.

- <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Ikhsani, K., & Ali, D. H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). In *Jurnal SWOT*.
- Jumawan, Hadita, & Khalida, R. (2020). Peranan Teknologi dan Informasi Dalam Kepemimpinan di Karang Taruna Kelurahan Harapan Jaya. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat) UBJ*, 3(1), 33–40.
- Kainde, B. I. S., Saimima, I. D. S., & Yurnal. (2021). Rekonstruksi Pasal 66 Ayat (3) Undang-Undang No. 29 Tahun 2004 Tentang Undang-Undang Praktik Kedokteran Terkait Tata Cara Pengaduan Tindakan Malapraktik Dokter di Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 7(2), 309–320. <https://doi.org/10.31599/sasana.v7i2.807>
- Kustiwan, S., & Hadita. (2020). The Impact of the First Media Product Purchase Decision on Brand Image and Product Quality (First Media Customer Survey in DKI Jakarta). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(4), 77–85.
- M, A., & Ali, H. (2017). MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021a). Application Of Business Ethics And Business Law On Economic Democracy That Impacts Business Sustainability. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(3), 115–125.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021b). Literature Review the Effect of Headmaster Leadership on Teacher Performance , Loyalty and Motivation. *Journal of Accounting and Finance Management*, 2(2), 103–113.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021c). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH , ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36–46.
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation , Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Meutia, K. I., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Mukhtar, Risnita, Saifillah, M. S., & Ali, H. (2016). Effect of knowledge management and work commitment to employees satisfaction services (Study on teacher Madrasah Aliyah Country Jambi Province). *International Journal of Economic Research*.
- Nofrialdi, R. (2021). Online Shopping Behavior Model: Determining the Factors Affecting Repurchase Intention. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(2), 88–97.
- Noorfikri, A. W., Narpati, B., Bukhari, E., & Nursal, M. F. (2021). Pelatihan Komputer Untuk Meningkatkan Ketrampilan dan Motivasi Belajar Anak – Anak Yatim di Rumah Yatim Bekasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 4(2), 131–140. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.627>
- Noviriska. (2019). SOLUSI KONFLIK HUKUM BISNIS DALAM KONTRAK KERJASAMA ANTARA AGENCY MODEL DAN TALENT DENGAN PARA

- PIHAK PADA INDUSTRI ENTERTAINMENT. *Jurnal Krtha Bhayangkara*, 13(1), 76–99.
- Nursal, M. F., Komariah, N. S., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Money Saving , Time Saving , Pendapatan dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Online Food pada Masyarakat Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1769–1775.
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., & Bukhari, E. (2022). The Influence of Market Orientation , Entrepreneurial Orientation , Knowledge Management and Learning Organization on Performance Mediated by Innovation in Culinary SME ' s i n Bekasi. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 1(8), 1691–1702.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.1108/ijbm-03-2019-0096>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratikno, Y., Hermawan, E., & Arifin, A. L. (2022). Human Resource 'Kurikulum Merdeka' from Design to Implementation in the School: What Worked and What not in Indonesian Education. *Jurnal Iqra' : Kajian Ilmu Pendidikan*, 7(1), 326–343.
- Prayetno, S., & Ali, H. (2020). Entrepreneurial supply chain management competence: Predictors of work motivation advocate. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(3), 444–454.
- Rachmawati, S. (2015). GUYUP RUKUN DENGAN MUSIK GAMELAN JAWA. *Buletin KPIN*, 1(4).
- Rahmayani, O., & Nofrialdi, R. (2022). The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(2), 85–94.
- Ramadhan, A., & Bukhari, E. (2020). Analisis Komparasi Penghasilan Driver Go-Jek Dan Grab Terhadap Standar Upah Minimum Regional Kota Bekasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 26–31. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.293>
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020). Perceived organizational support in efforts to improve organizational commitments and its impact on employee performance(study at SPMI private university in West Sumatra). *Talent Development and Excellence*.
- Riyanto, S., Adila, L., & Ali, H. (2017). The Effect of Incentives And Job Enthusiasm To Productivity of Go- Jek Driver At PT . Go-Jek Indonesia. *Journal of Research in Business and Management*, 5(1), 35–41.
- Rony, Z. T., Lubis, F. M., Santoso, B., & Rizkyta, A. (2020). The relevance of political skills for leaders and managers in the industrial revolution 4.0: A case study of the Indonesian private television industry. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(1), 447–465.
- Saputra, F. (2021). Leadership , Communication , And Work Motivation In Determining The Success Of Professional Organizations. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(2), 59–70.
- Saputra, F. (2022a). Analysis Effect Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE) and Price Earning Ratio (PER) on Stock Prices of Coal Companies in the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2018-2021. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 3(1), 82–94. <http://repository.uph.edu/41805/%0Ahttp://repository.uph.edu/41805/4/Chapter1.pdf>

- Saputra, F. (2022b). Analysis of Total Debt , Revenue and Net Profit on Stock Prices of Foods And Beverages Companies on the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2018-2021. *Journal of Accounting and Finance Management*, 3(1), 10–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jafm.v3i1>
- Saputra, F. (2022c). The Role of Human Resources , Hardware , and Databases in Mass Media Companies. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 45–52.
- Saputra, F., & Ali, H. (2021). THE IMPACT OF INDONESIA ' S ECONOMIC AND POLITICAL POLICY REGARDING PARTICIPATION IN VARIOUS INTERNATIONAL FORUMS: G20 FORUM (LITERATURE REVIEW OF FINANCIAL MANAGEMENT). *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(4), 415–425.
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). PENERAPAN MANAJEMEN POAC: PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN POAC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022a). Building Occupational Safety and Health (K3): Analysis of the Work Environment and Work Discipline. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(3), 105–114.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022b). EFFECT OF JOB SATISFACTION , EMPLOYEE LOYALTY AND EMPLOYEE COMMITMENT ON LEADERSHIP STYLE (HUMAN RESOURCE LITERATURE STUDY). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762–772.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022c). Relationship of Purchase Interest , Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Low Politic and Humanities*, 2(2), 71–80.
- Saputra, F., & Saputra, E. B. (2021). Measures of Corruption : Needs , Opportunity and Rationalization. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 42–50.
- Sari, R. K., Woestho, C., & Handayani, M. (2021). Analisis Kemampuan Keuangan Daerah Pada Daerah Tertinggal di Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21(1), 45–54. <https://doi.org/10.31599/jki.v21i1.324>
- Shobirin, M., & Ali, H. (2019). Strategi Pengembangan Infrastruktur dalam Meningkatkan Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Cengkareng. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 155–168.
- Sitio, T., & Ali, H. (2019). Patient Satisfaction Model and Patient Loyalty: Analysis of Service Quality and Facility (Case Study at Rawamangun Special Surgery Hospital). *Scholars Bulletin*, 5(10), 551–559. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i10.002>
- Soehardi, S., Meutia, K. I., Dharmanto, A., Mulyadi, M., & Nursal, M. F. (2021). Model Keputusan Turis Melalui Aksesibilitas, Akomodasi Dan Media Sosial Di Tanjung Lesung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 187. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.876>
- Sudiantini, D. (2020). *Leaders and Culture*.
- Sudiantini, D., & Saputra, F. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan: Kepuasan Kerja, Loyalitas Pegawai dan Komitmen di PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 1(3), 467–478.
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2253–2260. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5956%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/5956/2441>
- Supriyadi, T., Apriyenti, L. U., Rismalinda, Hutahaean, E. S. H., Pertiwi, Y. W., Gina, F.,

- Fitriyanto, M., & Anifah. (2019). Cita-citamu Mau Jadi Apa ? : Mengajarkan Cita-cita Pada Anak-Anak Komunitas Rumah Pelangi Bekasi. *JURNAL ABDIMAS UBJ: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 131–139.
- Suroso, S. (2022). Analysis of the Effect of Capital Adequacy Ratio (CAR) and Loan to Deposit Ratio (LDR) on the Profits of Go Public Banks in the Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2016 – 2021. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/10.33258/economit.v2i1.610>
- Sutiksno, S. D. U., Rufaidah, P., Ali, H., & Souisa, W. (2017). A Literature Review of Strategic Marketing and The Resource Based View of The Firm. *Int. J. Econ. Res*, 14(8), 59–73.
- Syauket, A., Karsono, B., & Atmoko, D. (2022). Kebijakan Telemudik Bentuk Perlindungan Negara Pada Masyarakat Menuju New Normal Ditengah Pandemi Corona. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(1), 1–10. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i1.696>
- Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 225–239. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i2.781>
- Widodo, D. S., Silitonga, P. E. S., & Ali, H. (2017). Analysis of Organizational Performance: Predictors of Transformational Leadership Style, Services Leadership Style and Organizational Learning (Studies in Jakarta Government). *International Journal of Economic Research*, 14(2), 167–182.
- Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil dan Menengah terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Bakso di Bekasi Utara). *Jurnal of Business and Entrepreneur*, 2(1), 1–14.
- Yulianingrum, A., Rianto, M. R., & Handayani, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Keuangan terhadap Kepuasan Keuangan pada Tenaga Harian Lepas SATPOL PP di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(1), 71–77. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIAM/article/view/582>