

# Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Percetakan CV. Aktive Production di Kota Makassar

Asri<sup>1</sup>, Muliati<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Islam Makassar, Indonesia

\* Corresponding Author

Email : muliati@uim-makassar.ac.id

---

## Keywords:

*Marketing Strategy for Product Service Quality of CV Aktive Production*

## ABSTRACT

*To improve the quality of service, you can apply a marketing strategy to improve the quality of service at CV Aktive Production in Makassar city that understands customer needs, provides responsive service, and carries out effective communication. Product development is one of the marketing strategies that aims to increase the competitiveness of the company. In carrying out product development, companies are required to offer a variety of product choices to consumers, considering various dimensions related to the development of the product itself. The purpose of this study is to understand how the marketing strategy is to improve the quality of service at CV Aktive Production printing in Makassar city. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques are carried out through interviews, observations, and documentation. The results of this study indicate that the marketing strategy in improving the quality of service is carried out through several stages, namely generating ideas, developing, and testing product concepts. Strategies to increase consumer buying interest include perceptions about products, promotions, quality, prices, and recommendations from others.*

## Kata Kunci:

*Strategi Pemasaran Kualitas Pelayanan Produk CV Aktive Production*

## ABSTRAK

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, anda bisa menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan di CV Aktive Production kota Makassar yang memahami kebutuhan pelanggan, memberikan layanan yang responsif, dan melakukan komunikasi yang efektif. Pengembangan produk adalah salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dalam melaksanakan pengembangan produk, perusahaan dituntut untuk menawarkan beragam pilihan produk kepada konsumen, dengan mempertimbangkan berbagai dimensi yang terkait dengan pengembangan produk itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada percetakan CV Aktive Production kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu menghasilkan ide, mengembangkan, dan menguji konsep produk. Strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen diantaranya persepsi tentang produk, promosi, kualitas, harga, dan rekomendasi dari orang lain.

## A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu aspek fundamental dalam dunia bisnis, khususnya dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin bersifat global. Setiap entitas bisnis, termasuk perusahaan di sektor percetakan, dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan perkembangan zaman guna menarik minat konsumen serta memperkuat eksistensi usaha yang dijalankan. Salah satu elemen penting dalam pemasaran yang tidak dapat diabaikan adalah kualitas kerja, yang berperan signifikan dalam membangun hubungan yang solid antara perusahaan dan pelanggannya. Kualitas layanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan reputasi perusahaan, loyalitas konsumen, serta pencapaian keunggulan dalam persaingan. Dalam konteks ini, CV. Aktive Production sebagai perusahaan yang bergerak di bidang percetakan perlu terus berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas kinerjanya melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing secara kompetitif dengan pelaku usaha lainnya.

CV. Aktive Production merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan telah beroperasi di Kota Makassar selama beberapa tahun, dengan menawarkan berbagai jenis layanan percetakan. Layanan tersebut mencakup pemindaian dokumen hingga pencetakan berbagai produk yang mendukung kebutuhan bisnis, seperti spanduk, undangan, brosur, dan materi promosi lainnya. Seiring dengan pertumbuhan pasar dan meningkatnya jumlah pelanggan yang dilayani, perusahaan ini menghadapi sejumlah tantangan yang berdampak pada produktivitas serta operasional harian. Persaingan yang semakin intens dari perusahaan percetakan lain yang menawarkan harga lebih kompetitif dan layanan serupa mendorong CV. Aktive Production untuk terus beradaptasi dan meningkatkan kualitas pelayanannya guna mempertahankan eksistensi di pasar, meskipun perusahaan ini telah memiliki basis pelanggan yang loyal.

Dalam menghadapi kondisi pasar yang semakin kompetitif, penerapan strategi pemasaran yang menitikberatkan pada peningkatan kualitas produk menjadi sangat penting untuk memperkuat posisi perusahaan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, CV. Aktive Production perlu merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada aspek harga, tetapi juga menekankan pada kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang cepat, tepat, akurat, serta mampu memenuhi harapan konsumen akan menjadi nilai diferensiasi utama yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan jasa perusahaan dan merekomendasikannya kepada pihak lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus memastikan bahwa setiap tahapan layanan—mulai dari proses pemesanan, produksi, hingga pengiriman—berjalan secara efisien dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan menjadi komponen strategis yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumen, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkesan.

Satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh CV. Aktive Production dalam rangka meningkatkan kualitas kinerja adalah melalui penerapan segmentasi pasar yang lebih terfokus. Segmentasi pasar memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang lebih spesifik, serta menawarkan produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing segmen tersebut. Dengan memahami karakteristik serta preferensi pelanggan, perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih personal dan tepat waktu. Lebih lanjut, strategi ini memungkinkan perencanaan kampanye pemasaran yang lebih terarah dan efektif, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen. Pendekatan berbasis pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan ini diyakini mampu meningkatkan loyalitas konsumen serta menciptakan pengalaman yang lebih positif saat mereka menggunakan layanan percetakan.

Kemajuan teknologi digital yang berkembang secara pesat memberikan peluang signifikan bagi CV. Aktive Production untuk meningkatkan mutu pelayanan melalui pemanfaatan platform daring. Pemanfaatan teknologi memungkinkan konsumen untuk mengakses layanan percetakan, melakukan pemesanan, serta menyelesaikan pembayaran secara lebih praktis dan efisien. Di samping itu,

penggunaan sistem manajemen pesanan berbasis digital dapat membantu perusahaan dalam mengatur pesanan secara lebih terstruktur, meminimalkan potensi kesalahan, dan mempercepat proses produksi. Penerapan teknologi ini secara langsung dapat meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan serta mempercepat alur pelayanan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, integrasi teknologi informasi dan digitalisasi dalam proses operasional bisnis menjadi langkah strategis yang penting untuk dipertimbangkan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan.

Meskipun kemajuan teknologi memberikan berbagai manfaat dalam peningkatan layanan, kualitas pelayanan tidak sepenuhnya ditentukan oleh penggunaan alat maupun sistem digital semata, melainkan juga sangat bergantung pada peran sumber daya manusia. Karyawan yang memiliki kompetensi serta keterampilan yang memadai dalam memberikan layanan kepada pelanggan menjadi faktor kunci dalam menjamin mutu pelayanan yang optimal. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan investasi dalam bentuk pelatihan dan pengembangan karyawan secara berkelanjutan, serta membekali mereka dengan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya pelayanan yang unggul. Melalui proses pelatihan yang terus-menerus, karyawan akan lebih siap dalam menghadapi berbagai permasalahan dan mampu memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan. Peningkatan kapasitas dan keterampilan tenaga kerja ini akan berkontribusi pada penyediaan layanan yang lebih efisien, profesional, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Sebagai entitas bisnis yang bergerak dalam industri percetakan dan beroperasi di tengah persaingan yang semakin ketat, CV. Aktive Production dituntut untuk terus melakukan inovasi serta menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. Penerapan strategi pemasaran yang berorientasi pada peningkatan kualitas layanan menjadi langkah strategis yang tidak hanya mampu memperkuat loyalitas pelanggan yang telah ada, tetapi juga efektif dalam menarik minat konsumen baru. Kualitas pelayanan yang optimal menjadi faktor penentu yang membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman dalam menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan citra dan reputasi perusahaan di pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menitikberatkan pada kualitas layanan merupakan elemen krusial dalam membangun reputasi yang kuat serta menciptakan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

## **B. METODE**

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu elemen penting dalam tahapan penelitian, karena berperan dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui metode survei, dengan tujuan menghimpun informasi sebanyak mungkin yang relevan dengan fokus kajian. Pendekatan yang digunakan mencakup studi lapangan, di mana data primer diperoleh melalui pengamatan langsung di lokasi, wawancara kepada informan terkait, serta penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan isu dan permasalahan yang diteliti. Sementara itu, jenis dan tipe penelitian yang digunakan dalam studi ini akan diuraikan secara lebih mendalam oleh penulis, disesuaikan dengan pendekatan metodologis yang diterapkan dalam pelaksanaan penelitian.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa narasi dalam bentuk tulisan maupun lisan yang bersumber dari subjek penelitian serta perilaku yang diamati. Data yang dikumpulkan dalam studi ini diperkuat dengan dokumentasi tertulis hasil wawancara, yang memuat pernyataan-pernyataan informan dalam bentuk verbal.

Adapun lokasi penelitian merujuk pada wilayah atau area tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai tempat pelaksanaan studi untuk memperoleh data yang relevan dengan topik kajian.

Tempat ini merupakan lokasi di mana objek maupun subjek penelitian berada dan memungkinkan untuk diakses guna keperluan pengumpulan data. Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Jl. Parumpa, Daya, Ruko C9, Kota Makassar. Dari segi waktu pelaksanaan, penelitian ini berlangsung selama bulan Januari hingga Februari 2025. Dalam kurun waktu tersebut, aktivitas penelitian dilakukan secara bertahap, meliputi fase persiapan, proses pengumpulan data lapangan, pengolahan informasi yang diperoleh, serta penyusunan laporan hasil penelitian. Dalam studi ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap situasi dan kondisi di lapangan, serta wawancara dengan informan yang dianggap memiliki keterkaitan erat dengan variabel-variabel yang diteliti.

Analisis data merupakan suatu proses yang mencakup pengolahan data secara sistematis, pengaturan data ke dalam kategori yang terstruktur, penyusunan informasi menjadi satu kesatuan yang dapat dipahami, serta pencarian pola dan identifikasi elemen penting untuk dipelajari lebih lanjut. Seluruh proses ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat diinterpretasikan dan dikomunikasikan secara tepat kepada khalayak. Dalam penelitian ini, teknik analisis data merujuk pada model interaktif yang dikembangkan oleh miles dan huberman (2014), yang mengklasifikasikan proses analisis ke dalam tiga tahapan pokok, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tabel dan Grafik**

Dalam mengembangkan sebuah usaha, penerapan strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai hasil yang diinginkan. Strategi ini merujuk pada serangkaian langkah yang harus diambil oleh suatu perusahaan untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Usaha percetakan ini menerapkan strategi dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan penawaran harga yang terjangkau bagi konsumen, sehingga mendorong pelanggan untuk kembali melakukan transaksi di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pegawai perusahaan Strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan minat Beli Konsumen dengan harga yang diterapkan oleh perusahaan kami di Daya Parumpa Ruko C9 Kota Makassar, bahwa perusahaan kami memiliki beberapa kombinasi di perusahaan ini dibandingkan dengan yang lain dikarenakan memiliki kualitas bahan yang sesuai harapan kami dan tidak diragukan lagi dan memiliki bahan yang bagus dengan harga yang sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas bahan, dan memiliki berbagai produk lagi di tempat ini yang cocok serta dalam tingkat pelayanan yang baik, ramah dan sopan.

Perusahaan kami dalam mengembangkan produknya memiliki berbagai macam inovasi tersendiri untuk variasi produk produk diantaranya berupa Kaos, PDH, PDL, Bordir, Baliho, Spanduk, Banner, Stiker, One Way, Punflet, Kartu Nama, Brosur, Kalender, Buku, Mug, Gantungan Kunci, Pin, Jam Custom, dengan harga yang berbeda-beda.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas pelayanan pengembangan produk yang diterapkan oleh percetakan kami dan memiliki bahan yang bagus terbukti efektif dalam meningkatkan minat beli di perusahaan kami di Daya Kota Makassar. Kombinasi antara inovasi produk, peningkatan kualitas, dan promosi kreatif, umpan balik langsung konsumen yang responsif, serta pemanfaatan media social menjadi kunci keberhasilan Perusahaan dalam menghadapi persaingan perusahaan yang lain semakin ketat.

### **Pembahasan**

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV Aktive Production di Kota Makassar memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Salah satu elemen kunci yang turut berkontribusi adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada kepuasan dan kebutuhan klien. Melalui penerapan strategi seperti layanan konsultasi personal, penggunaan media sosial untuk

interaksi dua arah, serta penawaran paket promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, CV Aktive Production berhasil menciptakan hubungan yang lebih dekat dan responsif dengan konsumennya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman layanan yang lebih profesional dan memuaskan. Dengan terus berinovasi dalam pendekatan pemasaran, CV Aktive Production mampu memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia jasa yang mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan.

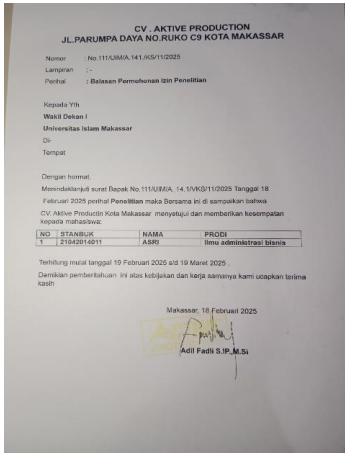
Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, strategi pemasaran yang tepat menjadi salah satu kunci keberhasilan CV Aktive Production di Kota Makassar. Perusahaan ini secara aktif membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui pelayanan yang responsif dan komunikasi yang terbuka. Strategi seperti pemberian layanan konsultasi gratis, penawaran paket layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan klien, serta peningkatan profesionalisme tim dalam menangani proyek telah terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penggunaan media sosial dan testimoni dari klien sebelumnya juga dimanfaatkan untuk memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan yang andal dan berkualitas. Dengan pendekatan yang berfokus pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan, CV Aktive Production mampu membangun loyalitas dan kepercayaan di tengah persaingan industri kreatif yang semakin ketat.

Salah satu strategi utama yang diterapkan oleh CV Aktive Production dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah membangun komunikasi yang intensif dan responsif dengan klien. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memahami secara langsung kebutuhan dan ekspektasi konsumen terhadap layanan yang diberikan. Klien merasa lebih dihargai ketika masukan mereka dijadikan dasar untuk perbaikan sistem pelayanan. Sebagai contoh, CV Aktive Production menindaklanjuti keluhan terkait keterlambatan pengiriman hasil produksi dengan melakukan optimalisasi jadwal kerja dan penambahan tenaga operasional pada jam-jam sibuk. Tindakan ini menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap umpan balik konsumen dan kesigapan dalam melakukan penyesuaian berperan penting dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

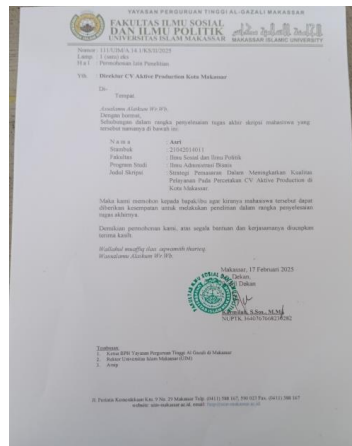
Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran juga memberikan kontribusi signifikan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di CV Aktive Production, Kota Makassar. Melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, perusahaan tidak hanya mempromosikan jasa yang ditawarkan, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang aktif dengan pelanggan. Interaksi ini memungkinkan perusahaan untuk menerima masukan secara langsung, memahami kebutuhan konsumen, serta merespons dengan cepat terhadap keluhan maupun permintaan khusus.

Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV Aktive Production terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Keberhasilan perusahaan dalam menjawab tantangan dan memenuhi ekspektasi pelanggan di Kota Makassar ditentukan oleh kombinasi antara pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan klien, pendekatan komunikasi yang responsif, penerapan sistem pelayanan berbasis digital, pelatihan sumber daya manusia secara berkala, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi dan promosi. Untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan, peningkatan berkelanjutan terhadap standar layanan dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi menjadi elemen krusial, di mana temuan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan strategis bagi pelaku usaha jasa lainnya.

**Gambar dan Foto**



*Gambar 1 Balasan Surat Izin Penelitian*



*Gambar 2 Permohonan Surat Izin Penelitian*



*Gambar 3 Wawancara Direktur*



*Gambar 4 Waanara Customer*



*Gambar 5 Waanara Customer*



*Gambar 6 Waanara Karyawan*

#### **D. SIMPULAN**

Berdasarkan temuan dari penelitian mengenai Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan di CV Aktive Production, Kota Makassar, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan. Penyusunan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, serta membangun hubungan jangka panjang yang berfokus pada pemberian layanan berkualitas. Di sektor industri kreatif dan jasa produksi yang sangat kompetitif, penerapan strategi pemasaran yang terorganisir dengan baik juga memiliki kontribusi signifikan dalam memperkuat citra profesional perusahaan serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV Aktive Production memainkan peranan yang sangat krusial dalam memperbaiki kualitas pelayanan kepada pelanggan. Beberapa elemen kunci, seperti pemanfaatan media sosial, promosi digital, pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta komunikasi yang cepat dan personal, terbukti secara signifikan memperkuat citra perusahaan dan membangun loyalitas konsumen. Secara khusus, pendekatan pemasaran yang fokus pada pemahaman kebutuhan klien dan penyampaian informasi layanan secara efisien menjadi faktor utama dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Strategi yang disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal di Makassar, termasuk penggunaan konten visual yang menarik dan testimoni dari pelanggan, juga berkontribusi dalam memperkuat kepercayaan serta memberikan pengalaman pelayanan yang lebih profesional dan dapat diandalkan.

Secara keseluruhan, implementasi strategi pemasaran yang terarah, adaptif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam hal ini, CV Aktive di Kota Makassar perlu terus mengembangkan pendekatan pemasaran yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Upaya seperti peningkatan komunikasi yang efektif, pemanfaatan media digital secara optimal, serta penerapan sistem pelayanan yang cepat dan ramah akan sangat berkontribusi dalam membangun citra positif perusahaan. Oleh karena itu, CV Aktive harus konsisten dalam memperkuat kualitas layanannya melalui strategi pemasaran yang relevan guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar lokal.

#### **REFERENSI**

- Awalia, Dr. Mahyus (2025). Pengaruh Suasana Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mch Coffee Shop Merapi Kota Makassar. *Journal Inqubate*, 1(2), 1-7.
- Arsad, Muliati (2025) ANALISIS STRATEGI PERENCANAAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN ROTI GEMBUL BTP DI KOTA MAKASSAR.
- Abd Latif, S. W. (2025). Analisis Evaluasi Kinerja Karyawan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Pt. Indah Logistik Cargo Kota Makassar. *Journal Inqubate*, 1(2), 1-8.

- Abdurohman, D., Ismanto, B., & Ilham, N. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Clipan Finance Indonesia, Tbk. Cabang Tangerang 5. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*.
- Almas Norberta, N., & Prayoga, D. (2024). Marketing 4.0 dalam Pelayanan Kesehatan: Tinjauan Literatur terhadap Transformasi Digital dan Strategi Pemasaran: Literature Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*.
- Aprianto, L., & Ekowati, S. (2024). Pengaruh desain kemasan, kualitas pelayanan, dan variasi produk terhadap minat beli konsumen “minumin” kota bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*.
- Atikah, D.F., Awalluha, N.N., Fauziah, Z., Andriani, N.A., Pemasaran, A.S., Pelayanan, K., Harga, P., & Pelanggan, K. (2025). Analisis pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan persepsi hargaterhadap kepuasan pelanggan umkm seblak teh neng. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*.
- Chandra, A.R., Nurmala, W., & Thamrin, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Ekspedisi PT Putra Kalistail Banyuwangi dalam Meningkatkan Pelayanan pada Pelanggan. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*.
- Andriansyah, A., Ernawati, E., Herman, H., & Rahayu, P. B. (2024). Keterampilan Digital: Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Minat Bisnis Online. *Jurnal Pekommas*, 9(2), 337-346.
- Ghofur, E.A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Berbasis IT dan Kualitas Pelayanan Serta Keterkaitan dengan Kepuasan Dan Partisipasi Anggota Koperasi (Studi Kasus Aplikasi Qini Link Di Kopontren Fat-Hiyyah Tasikmalaya). *Hikamia: Jurnal Pemikiran Tasawuf dan Peradaban Islam*.
- Hapsari, Y.N., Kusjuniati, K., & Iswahyuni, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kualitas Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Faedah 25 Di PT Bank Bri Syariah Cabang Denpasar. *Jurnal Nirta : Studi Inovasi*.
- Luthfi, M. (2025). Strategi Brand Image Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela Pada Toko Ventela Makassar. *Journal Inqubate*, 1(2), 1-7.
- Muhairani, N., & Miko, J. (2024). Pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada pt. Shad global indonesia msut27 medan deli. *Jurnal widya*.
- Muhairani, N., & Miko, J. (2024). Pengaruh strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan penjualan produk sari kurma gingseng salsabil pada pt. Shad global indonesia msut27 medan deli. *Jurnal widya*.
- Primastika, E.A., & Rusdianto, R.Y. (2024). Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Bank BJB. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Rais, M., & Nadhar, M. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Dodol Ketan Pada Kwt Semangat Baru Di Desa Cenrana Kabupaten Bone. *Journal Inqubate*, 1(2), 1-7.
- Rahmawan, M.L. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Restoran Master Penyet Bekasi).
- Seni, & fauzi, A. (2022). Strategi pemasaran yang diterapkan di hotel santika kepulauan bangka belitung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*.
- Seni, & fauzi, A. (2022). Strategi pemasaran yang diterapkan di hotel santika kepulauan bangka belitung dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*.

- Simanulang, R.C., Satar, Y.P., Trigono, A., & Kurniah, L. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Persepsi Tentang Mutu Pelayanan Pada Pasien Rawat Jalan BPJS Di Rumah Sakit Citra Arafiq Depok Tahun 2023. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSI)*.
- Sulistiyorini, S., Setyarini, A., & Dwiantari, S. (2023). Strategi Pemasaran dan Pelayanan Produk Sisuka Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Wijayanti, F.D., Mulyati, M.M., Rakhmansyah, M., & Fitrianto, T. (2023). Analisis SWOT Dalam Rangka Meningkatkan Skema Pelayanan Click, Call, Counter (3C) Pada Seksi Operasional I Kantor Layanan Informasi dan Pengaduan Direktorat Jenderal Pajak (Kring Pajak). *JMARI*.
- Zulfikar, I., & Palewa, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Jamaah Umroh Pada PT. Daanish Mika Salsa Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*.