

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkomsel Di Wilayah Bandar Lampung

Meli Yanti^{1*)}, Dwi Gema Soegesti²

¹Manajemen

*) Email : meliyanti@gmail.com

Abstrak Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. 1. Kualitas Jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel pengguna Kartu (simPati). Karena Telkomsel memiliki kualitas yang selalu konsisten, sehingga membuat pengguna pengguna Telkomsel menjadi semakin loyal 2. Tarif Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati). Karena Tarif yang dibebankan produk Telkomsel sesuai dengan kualitas yang diberikan 3. Kualitas Jaringan dan Tarif Harga berpengaruh positif secara bersama sama terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati). Dengan hasil yang berpengaruh dan signifikan ini, maka variabel kualitas Jaringan dan Tarif Harga sangat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati)

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa manusia untuk dapat melakukan segala hal secara instan. Salah satu contoh adalah dalam dunia komunikasi (PRIADIPA, 2021). Surat menyurat tidaklah lagi menjadi satu-satunya jalan untuk melakukan komunikasi jarak jauh, handphone menjadi pilihan utama, selain bisa digunakan untuk komunikasi jarak jauh, dapat dibawa kemana-mana, handphone juga memiliki banyak kegunaan lain (A. D. Putri & Ghazali, 2021). Pemakainya semakin bertambah luas, boleh dikatakan setiap orang memakainya, seperti kebutuhan pokok, dengan kondisi semacam ini maka banyak pilihan Kartu SIM Card yang ditawarkan oleh penyedia jaringan telekomunikasi (Wiguna et al., 2019). Kondisi semacam ini memaksa perusahaan produsen telekomunikasi untuk melakukan strategi yang tepat untuk mempertahankan produk mereka di pasaran (Permatasari & Anggarini, 2020). Dengan perkembangan jumlah pemakai yang semakin banyak maka banyak juga muncul perusahaan-perusahaan pendukung dalam bidang ini. Salah satu perusahaan produsen telekomunikasi yang terbesar di Indonesia saat ini adalah Telkomsel (Mandasari, 2020). Karena jumlah pelanggan yang semakin banyak dan kritis dan muncul banyaknya pesaing, maka perlu kiranya perusahaan mengenal seperti apa kelebihan ataupun kekurangan produknya di pasaran oleh perusahaan produsen Telkomsel (Mandasari & Oktaviani, 2018). Fungsi, kualitas, harga dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen (Defia Riski Anggarini, 2020). Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisannya yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk (Permatasari, n.d.). Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan, keinginan dan harga terjangkau konsumen dalam segala perubahan

sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi (Damayanti et al., 2020). Era telepon selular, khususnya Global System for Mobile communications (GSM), memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini (Fadly & Wantoro, 2019). Salah satu faktor kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa selular dalam era persaingan ini adalah kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan customer service kepada masyarakat, suatu filosofi baru dunia untuk merajakan kepentingan para pelanggannya (LIA FEBRIA LINA, 2019). Keinginan untuk berhasil menyelesaikan masalah sekaligus memuaskan pelanggan adalah bagian budaya kerja karyawan Telkomsel. Kepedulian terhadap konsumen merupakan hal yang penting (Handayani, 2014). Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan dilakukan pelatihan kepada karyawan baru dan karyawan lama sehingga karyawan akan dapat meningkatkan produktivitasnya (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan tarif antara provider saat ini (Panjaitan et al., 2020). Keanekaragaman tarif serta bermacam – macam fasilitas yang di berikan saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan provider apa yang akan mereka gunakan yang menurut mereka memenuhi kriteria (Ameraldo et al., 2019). Kompetisi antara provider akan terus berlanjut untuk mendapatkan loyalitas pelanggan hal ini terlihat dari beberapa provider yang terus bermunculan dengan berbagai macam fasilitas, seperti Axis yang mengeluarkan Rabu Wajib Irit atau Rawit, yang mengajak masyarakat untuk hemat atau irit dalam kuota, Indosat mengeluarkan Indosat ooredoo, dan masih banyak provider yang mengeluarkan atau menawarkan fasilitas yang beranekaragam. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan (Riski, 2018).

Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain (Novita & Husna, 2020a). Sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu yaitu mendapatkan pelanggan loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, & Trianti, 2020). Sebaliknya jika pelanggan tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga citra dan eksistensi perusahaan memburuk yang berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan (Husna et al., 2021). Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa - mahasiswa yang membeli dan memakai pengguna Telkomsel dalam kehidupan sehari-harinya (Husna & Novita, 2020). Penelitian dilakukan di lokasi ini atas berbagai pertimbangan seperti adanya berbagai latar belakang hidup, kebiasaan, sifat, kultur, sosial dan tingkat ekonomi yang ada di dalamnya sehingga secara tidak langsung mempengaruhi pola perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari termasuk juga dalam hal melakukan pemakaian (Novita, Husna, Azwari, Gunawan, Trianti, et al., 2020). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkomsel Di Wilayah Bandar Lampung”.

KAJIAN PUSTAKA

Telkomsel merupakan operator telekomunikasi selular GSM kedua di Indonesia, dengan layanan paskabayarnya yang diluncurkan pada tanggal 26 Mei 1995. Waktu itu kepemilikan saham Telkomsel adalah PT Telkom (51%) dan PT Indosat (49%). Kemudian pada November 1997 Telkomsel menjadi operator selular pertama di Asia yang menawarkan layanan prabayar GSM. Telkomsel ini mengklaim sebagai operator telekomunikasi selular terbesar di Indonesia, dengan 26,9 juta pelanggan dan memiliki

market share sebesar 55% (Maret 2006). Telkomsel memiliki tiga produk GSM, yaitu SimPATI (prabayar), KartuAS (prabayar), serta KartuHALO (paskabayar) (Wiguna et al., 2019).

Saat ini saham Telkomsel dimiliki oleh TELKOM (65%) dan perusahaan telekomunikasi Singapura SingTel (35%). TELKOM merupakan BUMN Indonesia yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedang SingTel merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Singapura. Pada tahun 1995, secara resmi Telkomsel mendapat izin untuk memberikan jasa telekomunikasi selular GSM, setelah sebelumnya sukses sebagai pilot project Telkom dalam proyek percontohan GAM di Batam (Novita & Husna, 2020b). Hal berbeda dengan operator lain, Telkomsel mulai membangun jaringan dan melayani pelanggannya dari luar Jawa yakni Batam, Medan, dan daerah lainnya. Selanjutnya Pada tahun 1996, Telkomsel mulai beroperasi di ibu kota Jakarta dan 23 berhasil melayani seluruh provinsi yang ada di Indonesia, hal ini ditandai dengan pengoperasian layanan Telkomsel di Ambon dan Jayapura. Telkomsel menjadi pelopor kartu prabayar isi ulang di ASIA dan meluncurkan produk pertamanya simPATI, kartu ini diluncurkan saat krisis ekonomi sedang melanda tahun 1997, dimana Telkomsel memberikan solusi kepada para pengguna jasa selular yang memulai melakukan pengontrolan anggaran komunikasinya (Nani & Safitri, 2021). Selain itu juga Telkomsel mendapat sertifikat ISO 9002 untuk Costumer Service On-Line dari PT Tuv Rheinland Jerman, yang menandai layanan pelanggan Telkomsel telah memenuhi standarisasi mutu internasional (Safitri & Nani, 2021). Telkomsel pada tahun 1998 membuat program baru untuk mengembangkan jaringannya dengan mencanangkan Word Class Operator sebagai tolak ukur standar layanan. Positioning baru kartu prabayar Telkomsel dengan nama simPATI Nusantara yang bermottokan “Dengan simPATI tetap terkendali”, dimana simPATI yang sebelumnya hanya digunakan di area registrasinya, kini simPATI bisa digunakan di seluruh Indonesia. Untuk tahun 1999, implementasi BIANCA (Billing and Customer Care) menggantikan system billing lama, menandai peristiwa penting Telkomsel dalam menjalankan bisnisnya (Nani & Ali, 2020). Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan SMS, namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto (Sedyastuti et al., 2021). Kebutuhan masyarakat akan layanan data dan broadband (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan (Nani, 2019). (Suwarni & Handayani, 2020) Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (digital lifestyle), kami turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (Device, Network, dan Applications), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia. Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan mobile 4G LTE di Indonesia yang akan memberikan pelanggan akses yang lebih cepat di dalam menikmati layanan data serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (smart city) (Dhiona Ayu Nani, 2021). Telkomsel akan selalu hadir untuk menginspirasi masyarakat dengan memanfaatkan teknologi terdepan, produk dan layanan yang kompetitif, serta solusi inovatif. Hal ini akan mengantarkan Indonesia menuju perekonomian masyarakat berbasis broadband sesuai roadmap teknologi selular (Fauzi et al., 2021). Kecintaan kami 26 pada negeri inilah yang selalu menginspirasi untuk terus berkreasi menghadirkan layanan dan inovasi bagi negeri (Darmajaya & Nani, 2020).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Suwarni & Handayani, 2021) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Fauzi et al., 2020). Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian (Ameraldo & Ghazali, 2021). Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berpakata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya (E. Putri & Sari, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterkaitan Materi Dengan Struktur Organisasi Saat Ini

Pengertian Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu diagram yang menggambarkan rantai perintah, hubungan pekerjaan, tanggung jawab, rentang kendali dan pimpinan organisasi berfungsi sebagai kerangka kerja dan tugas pekerjaan yang dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasi secara formal. Struktur organisasi menunjukkan alur perintah yang mengindikasikan jabatan pekerjaan yang harus dipertanggung jawabkan oleh masing-masing tipe karyawan (Hamidy, 2016). Desain organisasi adalah proses di mana manajer memilih dan mengelola aspek struktur dan budaya sehingga organisasi dapat mengontrol kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa struktur tidak sama dengan desain organisasi. Desain organisasi merupakan proses perkembangan hubungan dan penciptaan struktur untuk mencapai tujuan organisasi sedangkan struktur merupakan hasil dari proses desain yang merupakan suatu kegiatan yang bersifat kontinu dan dirancang oleh manajer (Febria Lina & Setiyanto, 2021).

Keterkaitan Materi Dengan Struktur Organisasi 5 tahun mendatang

Struktur organisasi 5 tahun mendatang akan semakin modern, dengan adanya Perubahan Organisasi. Perubahan organisasi adalah proses perpindahan organisasi dari kondisi saat ini ke kondisi masa depan yang diinginkan untuk meningkatkan efektivitasnya (Febrian & Fadly, 2021).

Dengan mengembangkan visi dan strategi untuk melakukan perubahan organisasi. Visi dimaksud harus dibentuk atas berbagai ide dasar dan gagasan-gagasan hebat serta solusi atas hal-hal yang ingin dicapai melalui perubahan. Kejelasan visi akan memudahkan untuk membangun strategi perubahan yang utuh dan lengkap sehingga memudahkan proses implementasinya (Fadly et al., 2020). Mengkomunikasikan visi perubahan, Visi perubahan perlu dikomunikasikan kepada seluruh elemen perusahaan karena hal tersebut merupakan rangkaian langkah yang akan menentukan keberhasilan proses perubahan (Nuh, 2021). Visi yang efektif akan terlihat ketika kemampuan dan kekuatannya dapat direfleksikan dengan jelas dalam proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah-masalah yang dihadapi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Jaringan dan Tarif Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel pengguna Kartu (simPati). Karena Telkomsel memiliki kualitas yang selalu konsisten, sehingga membuat pengguna Telkomsel menjadi semakin loyal
2. Tarif Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati). Karena Tarif yang dibebankan produk Telkomsel sesuai dengan kualitas yang diberikan
3. Kualitas Jaringan dan Tarif Harga berpengaruh positif secara bersama sama terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati). Dengan hasil yang berpengaruh dan signifikan ini, maka variabel kualitas Jaringan dan Tarif Harga sangat berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Telkomsel Pengguna Kartu (simPati)..

REFERENSI

- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960–984.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika*, 4(1), 109–136.
- ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *Pengaruh nilai tukar dolar dan inflasi terhadap perekonomian indonesia*. 1(2).
- Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 25–30.
- Darmajaya, J. B., & Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.
- Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4),

106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>

- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). Mapping potential sectors based on financial and digital literacy of women entrepreneurs: A study of the developing economy. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator'S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Hamidy, F. (2016). Pendekatan Analisis Fishbone Untuk Mengukur Kinerja Proses Bisnis Informasi E-Koperasi. *Jurnal Teknoinfo*, 10(1), 11–13.
- Handayani, M. A. (2014). INOVASI PRODUK SEBAGAI ALTERNATIF KONVERSI AKAD PEMBIAYAAN MURABAHAH DENGAN SISTEM MUSYARAKAH (Studi Kasus Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang). *Fordema*, 11(2), 35–47.
- Husna, N., & Novita, D. (2020). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136–141.
- Husna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in Bandar Lampung Before and After Using Fintech Payments. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 18(1), 14–18.
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 41–50.
- Mandasari, B. (2020). The Impact of Online Learning toward Students' Academic Performance on Business Correspondence Course. *EDUTECH: Journal of Education and Technology*, 4(1), 98–110.
- Mandasari, B., & Oktaviani, L. (2018). The Influence of Nias Language to Bahasa Indonesia. *Premise: Journal of English Education and Applied Linguistics*, 7(2), 61–78.
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika*

Akuntansi Dan Bisnis, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>

- Nani, D. A., & Safitri, V. A. D. (2021). Exploring the relationship between formal management control systems, organisational performance and innovation: The role of leadership characteristics. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 207–224. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). THE INFLUENCE FACTORS OF CONSUMER BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Online Food Delivery (OFD) Services (the study of consumer behavior during pandemic Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 17(1), 52–59.
- Nuh, A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Inventory Barang. *Perancangan Sistem Informasi Inventory Barang*, 53(9), 1689–1699.
- Panjaitan, F., Surahman, A., & Rosmalasari, T. D. (2020). Analisis Market Basket Dengan Algoritma Hash-Based Pada Transaksi Penjualan (Studi Kasus: Tb. Menara). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 111–119.
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- PRIADIPA, A. (2021). *HARGA EMAS DUNIA, HARGA MINYAK DUNIA, DAN SAHAM PERTAMBANGAN DI BURSA EFEK INDONESIA*. Universitas Gadjah Mada.
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). *ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION (CASE STUDY : PT X INDONESIA)*. 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v11i1>.
- Putri, E., & Sari, F. M. (2020). INDONESIAN EFL STUDENTS' PERSPECTIVES TOWARDS LEARNING MANAGEMENT SYSTEM SOFTWARE. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 1(1), 20–24.
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ : International Journal of*

Business, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>

Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco-Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical Study in Indonesian State-Owned Enterprises (Soes). *Akuntabilitas*, 15(1), 73–88. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.12526>

Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>

Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas : *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(3), 320–330.

Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>

Wiguna, P. D. A., Swastika, I. P. A., & Satwika, I. P. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Point of Sales Distro Management System dengan Menggunakan Framework React Native. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 149–159. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v4i3.2018.149-159>