



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Costumer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Rawat Inap di Rumah Sakit Woodward Kota Palu

The Influence of Complaint Handling and Customer Experience on Inpatient Customer Loyalty at Woodward Hospital, Palu City

Nina Safitri^{1*}, Nurhilal², Dwi Wahyono³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdul Azis Lamadjido

*Corresponding Author: E-mail: NinaSafitri@gmail.com

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 14 Jan, 2025

Revised: 14 Mar, 2025

Accepted: 15 Mar, 2025

Kata Kunci:

Celebrity Endorsment,
Citra Toko & Minat Beli

Keywords:

Celebrity Endorsement, Store
Image and Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Celebrity Endorsment dan Citra Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Nims'Store Kota Palu. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan metode yang digunakan adalah media kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen pada Toko Nims'Store Kota Palu. sampel berjumlah 45 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik inferensial dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Celebrity Endorsment berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Nims'Store, Citra Toko berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Nims'Store, Celebrity Endorsment dan Citra Toko berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Nims'Store Kota Palu sudah sangat baik.

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Celebrity Endorsement and Store Image on Consumer Purchase Interest at Nims'Store in Palu City. This study uses primary data, with the method used is questionnaire media. The population in this study were Consumers at Nims'Store in Palu City. The sample size was 45 people. The data analysis technique used in this study was descriptive analysis and inferential statistics with the help of the SPSS program. The results of this study indicate that Celebrity Endorsement has a partial effect on Consumer Purchase Interest at Nims'Store, Store Image has a partial effect on Consumer Purchase Interest at Nims'Store, Celebrity Endorsement and Store Image have a simultaneous effect on Consumer Purchase Interest at Nims'Store in Palu City is very good.

DOI: [10.56338/jks.v8i3.7226](https://doi.org/10.56338/jks.v8i3.7226)

PENDAHULUAN

Berkembangnya era globalisasi ditandai dengan peningkatan persaingan bisnis dalam memasarkan barang dan jasa kepada konsumen. Para pebisnis bersaing untuk memasarkan barang toko untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Konsumen saat ini cenderung memilih barang murah tetapi berkualitas tinggi. Oleh karena itu, dalam kondisi persaingan yang sangat ketat, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan dan terus berinovasi untuk menempatkan produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulannya. Menurut Tjiptono (2020), perusahaan harus mampu membuat produk yang berkualitas tinggi dan harga terjangkau agar dapat memasarkan dan menjual produknya jika toko tidak memahami kebutuhan, keinginan, selera, dan proses pengambilan keputusan pembelian pelanggan.

Untuk bersaing dengan perusahaan lain, penjual berusaha untuk membuat produk yang bagus melalui kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber daya manusia yang berkualitas untuk membuat produk baru yang sesuai dengan tren yang sedang berkembang. Produk kecantikan lokal sangat dicari dan disukai oleh konsumen akhir-akhir ini karena memiliki endorse dari artis yang sangat terkenal. Ini membuat calon konsumen lebih antusias dan tertarik untuk membeli produk kecantikan lokal tersebut. Minat beli dapat didefinisikan sebagai perilaku pembelian konsisten seseorang (Nur, 2014). Pernyataan tersebut mendukung gagasan bahwa minat beli terdiri dari proses pembelian, setidaknya satu kali.

Salah satu strategi yang dilakukan dalam penjualan adalah dengan citra Toko dan celebrity endorsement untuk mengiklankan produknya diberbagai media seperti televisi, media cetak, sosial media dan sebagainya. Melalui iklan diharapkan penggambaran citra Toko dari produk dapat tersampaikan dengan baik. Setiap produk yang ada di pasar memiliki citra sendiri dalam pandangan konsumennya yang sengaja diciptakan oleh pemasar untuk membedakannya dari para pesaing (Kotler dan Keller, 2016). Selain itu Mustika Ratu juga menggunakan selebriti untuk menarik perhatian dan minat beli konsumen wanita. Periklanan tersebut dikenal dengan istilah celebrity endorsment. Celebrity endorsement diartikan sebagai orang yang terlibat dalam penyampaian pesan, baik secara langsung ataupun tidak langsung, menggunakan ketenarannya untuk mempromosikan sebuah produk dan jasa (McCormick, 2016).

Celebrity Endorsment atau endorse selebriti merupakan seseorang yang mewakili produk yang membawa pesan sehingga toko menjadi direct source (sumber langsung) bagi produk yang diwakilinya. toko juga pemeraga produk maupun jasa yang diwakilinya. Karenanya selebriti harus memiliki keahlian yang relevan dengan Toko produk yang toko iklankan (Kasali, 2015).

Citra Toko dengan minat beli dikemukakan oleh Laveina, (2020), semakin baik pandangan konsumen atas citra Toko suatu produk akan menentukan setinggi apa minat beli konsumen dari suatu produk atau jasa. Rangkuti (2016) juga mengemukakan hal yang sama dimana semakin baik konsumen mempersepsikan produk atau Toko, maka minat untuk membeli toko akan semakin kuat.

Adanya dukungan dari celebrity endorser yang memakai produk kecantikan tersebut menimbulkan persepsi akan produk yang baik dalam benak calon konsumen. Produk scarlett di sisi lain juga telah merilis dua rangkaian perawatan yaitu skin care dan body care, sehingga memudahkan konsumen jika ingin membeli dua rangkaian perawatan kecantikan tersebut. Banyaknya Toko yang memproduksi produk kecantikan, sehingga membuat calon konsumen mencocokkan tipe jenis muka dan kulitnya terlebih dahulu sampai produk yang digunakan memberikan manfaat dari hasil pemakaian hingga menimbulkan kepercayaan Toko dihati konsumen. Menurut (Kertajaya & Setiawan, 2019) untuk memperoleh respon positif dari masyarakat, sebuah Toko harus memiliki daya tarik fisik yang unik. Perilaku konsumen mampu dipengaruhi oleh citra Toko, sebuah toko yang mendapatkan respon positif dari konsumen, maka yang membuat citra toko produk tersebut baik dan konsumen lebih memilih Toko tersebut dalam pembeliannya. Penelitian yang dilakukan oleh Suhardi & Irmayanti, (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara celebrity endorser terhadap minat beli konsumen. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Algiffary & Widiyanti, (2020) yang menyatakan bahwa minat beli pada konsumen di e-commerce Toko Pedia dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel celebrity endorser. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Andi & Hendri, (2020) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel celebrity endorser terhadap minat beli mahasiswa Pelita Indonesia pada produk smartphone Asus.

Penelitian yang dilakukan oleh Fandiyanto & Kurniawan, (2019) menyatakan bahwa citra Toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen Kopi Toraja di Coffe Josh Situbondo.

Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi konsumen mengenai citra Toko Kopi Toraja di Coffe Josh Situbondo meningkat, maka minat beli juga akan meningkat. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Suardi & Irmayanti, 2019) yang menyatakan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh ketiga variabel yaitu celebrity endorser, citra Toko, dan kepercayaan Toko. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan (Lestari, Rusno, & Nurfaraid, 2020) menyatakan bahwa variabel minat beli secara parsial tidak dipengaruhi signifikan oleh variabel brand image atau citra Toko.

Toko Nim's Store di Kota Palu adalah salah satu toko ritel yang berfokus pada berbagai kebutuhan fashion, gaya hidup, dan barang-barang lainnya yang diminati oleh konsumen lokal, terutama anak muda. Fenomena yang terjadi di Nim's Store ini mencerminkan beberapa tren dan dinamika pasar yang berkembang di Palu, di antaranya, Pengaruh Media Sosial dan Digitalisasi Pemasaran Nim's Store mengadopsi strategi pemasaran digital, termasuk melalui media sosial dan endorsement dari selebriti atau influencer yang salah satunya menjadi brand Ambassador adalah Fika susianty. Fenomena ini menjadi strategi yang efektif di tengah masyarakat yang semakin banyak menghabiskan waktu di media sosial dan sangat dipengaruhi oleh tren online.

Dengan menggandeng selebriti atau influencer, Nim's Store berupaya memperluas jangkauan pasarnya dan menarik perhatian konsumen muda yang mengandalkan rekomendasi dari figur publik yang mereka ikuti, Media sosial juga memberikan kesempatan bagi Nim's Store untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun loyalitas, dan mendengarkan feedback konsumen untuk meningkatkan pelayanan.

Tingkat Persaingan yang Tinggi di Pasar Lokal di Kota Palu, persaingan di sektor ritel dan fashion semakin ketat, dengan semakin banyak toko-toko yang menawarkan produk sejenis. Persaingan ini menuntut Nim's Store untuk tampil berbeda dan menarik dengan menghadirkan citra toko yang kuat dan positif. Nim's Store perlu menjaga kualitas produk, menciptakan suasana berbelanja yang nyaman, serta mempertahankan pelayanan yang baik agar dapat bersaing di pasar yang ramai. Citra toko yang positif menjadi kunci utama bagi Nim's Store untuk membedakan dirinya dari pesaing, membangun kepercayaan konsumen, dan menarik lebih banyak pelanggan.

Preferensi Konsumen Terhadap Brand dan Gaya Hidup Konsumen di Palu, khususnya generasi muda, semakin mengutamakan gaya hidup dan brand yang sesuai dengan identitas mereka. Nim's Store berupaya memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan produk yang sedang tren dan mengikuti preferensi konsumen lokal. Banyak konsumen yang cenderung memilih produk-produk yang dipromosikan oleh figur publik atau selebriti yang dianggap sebagai panutan gaya hidup. Fenomena ini membuat Nim's Store semakin aktif memanfaatkan celebrity endorsement untuk menarik perhatian pelanggan yang menginginkan produk yang sesuai dengan tren dan selera populer.

Loyalitas Pelanggan melalui Citra Toko yang Kuat Nim's Store berfokus pada pembangunan citra toko yang baik, seperti memastikan tampilan toko yang menarik, pelayanan yang ramah, dan kualitas produk yang dapat diandalkan. Upaya ini dilakukan agar konsumen tidak hanya tertarik untuk membeli produk sekali, tetapi juga memiliki keinginan untuk kembali berbelanja. Dengan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, Nim's Store berharap dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas ini akan menjadi modal penting bagi pertumbuhan bisnis, terutama di pasar lokal yang sangat bergantung pada kepercayaan dan hubungan baik antara toko dan pelanggan.

Secara keseluruhan, fenomena di Nim's Store mencerminkan dinamika bisnis ritel modern di Kota Palu, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, perubahan preferensi konsumen, dan tingkat persaingan yang ketat. Dengan memanfaatkan celebrity endorsement, memperkuat citra toko, dan membangun loyalitas pelanggan, Nim's Store berupaya menjaga relevansi dan daya saingnya di pasar lokal yang terus berkembang.

Berdasarkan studi pendahuluan pada Toko Nims' Store produk penjualan terbanyak ditemui yaitu beragam printilan para remaja yang sedang banyak diminati dimulai dari kosmetik, baju, tas, sandal hingga perhiasan lainnya, yang memiliki minat yang tinggi bagi kalangan remaja untuk membeli kembali produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui "Pengaruh Celebrity Endorsment dan Citra Toko terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Nims' Store Kota Palu".

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini dilakukan pada Toko Nims' Store Kota Palu, dan dijadwalkan meneliti pada bulan Oktober sampai November tahun 2024. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan metode yang digunakan adalah media kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen pada Toko Nims' Store Kota Palu. sampel berjumlah 45 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik inferensial dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN DISKUSI

Celebrity endorsment dan Citra Toko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan Toko Nim's Store

Hasil penelitian Celebrity endorsment dan Citra Toko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan Toko Nim's Store Jl. Monginsidi. Hasil Penelitian ditemukan bahwa Celebrity endorsment dan Citra Toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen di Toko Nim's Store.

Toko Nim's Store di Kota Palu adalah salah satu toko ritel yang berfokus pada berbagai kebutuhan fashion, gaya hidup, dan barang-barang lainnya yang diminati oleh konsumen lokal, terutama anak muda. Fenomena yang terjadi di Nim's Store ini mencerminkan beberapa tren dan dinamika pasar yang berkembang di Palu, di antaranya, Pengaruh Media Sosial dan Digitalisasi Pemasaran Nim's Store mengadopsi strategi pemasaran digital, termasuk melalui media sosial dan endorsement dari selebriti atau influencer yang salah satunya menjadi brand Ambassador adalah Fika susianty. Fenomena ini menjadi strategi yang efektif di tengah masyarakat yang semakin banyak menghabiskan waktu di media sosial dan sangat dipengaruhi oleh tren online.

Dengan menggandeng selebriti atau influencer, Nim's Store berupaya memperluas jangkauan pasarnya dan menarik perhatian konsumen muda yang mengandalkan rekomendasi dari figur publik yang mereka ikuti, Media sosial juga memberikan kesempatan bagi Nim's Store untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun loyalitas, dan mendengarkan feedback konsumen untuk meningkatkan pelayanan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Laveinia (2020) Pengaruh celebrity endorsement dan brand image terhadap purchase intention produk Lipstik Sari Ayu di Kota Palu. Tujuan penelitian apakah celebrity endorsement dan brand image berpengaruh secara simultan terhadap purchase intention produk Lipstik Sari Ayu di Kota Palu, jumlah sampel yang diteliti 100 orang, analisis yang digunakan yaitu analisis bivariat Uji regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh attractiveness, trustworthiness dan expertise terhadap brand image produk Lipstik Sari Ayu di Kota Palu, serta terdapat pengaruh brand image terhadap purchase intention produk Lipstik Sari Ayu di Kota Palu.

Pengaruh Celebrity endorsment secara parsial terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan Toko Nim's Store

Pengaruh Celebrity endorsment secara parsial terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan Toko Nim's Store dapat diketahui bahwa Celebrity endorsment secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen.

Preferensi Konsumen Terhadap Brand dan Gaya Hidup Konsumen di Palu, khususnya generasi muda, semakin mengutamakan gaya hidup dan brand yang sesuai dengan identitas mereka. Nim's Store berupaya memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan produk yang sedang tren dan mengikuti preferensi konsumen lokal. Banyak konsumen yang cenderung memilih produk-produk yang dipromosikan oleh figur publik atau selebriti yang dianggap sebagai panutan gaya hidup. Fenomena ini membuat Nim's Store semakin aktif memanfaatkan celebrity endorsement untuk menarik perhatian pelanggan yang menginginkan produk yang sesuai dengan tren dan selera populer.

Secara keseluruhan, fenomena di Nim's Store mencerminkan dinamika bisnis ritel modern di Kota Palu, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, perubahan preferensi konsumen, dan tingkat persaingan yang ketat. Dengan memanfaatkan celebrity endorsement, memperkuat citra toko, dan membangun loyalitas pelanggan, Nim's Store berupaya menjaga relevansi dan daya saingnya di pasar lokal yang terus berkembang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wahyu Novita (2020) Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Lipstik Merek Wardah di Kota Semarang) Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorsement memberikan dampak positif berpengaruh signifikan terhadap citra merek, dukungan selebriti tidak berpengaruh signifikan niat membeli, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian maksud.

Pengaruh Citra Toko secara parsial terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan Toko Nim's Store

Pengaruh variabel Citra Toko terhadap Minat Beli konsumen dapat diketahui bahwa Citra Toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen.

Tingkat Persaingan yang Tinggi di Pasar Lokal di Kota Palu, persaingan di sektor ritel dan fashion semakin ketat, dengan semakin banyak toko-toko yang menawarkan produk sejenis. Persaingan ini menuntut Nim's Store untuk tampil berbeda dan menarik dengan menghadirkan citra toko yang kuat dan positif. Nim's Store perlu menjaga kualitas produk, menciptakan suasana berbelanja yang nyaman, serta mempertahankan pelayanan yang baik agar dapat bersaing di pasar yang ramai. Citra toko yang positif menjadi kunci utama bagi Nim's Store untuk membedakan dirinya dari pesaing, membangun kepercayaan konsumen, dan menarik lebih banyak pelanggan.

Berdasarkan hasil uji statistik yang menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, dapat disimpulkan bahwa citra toko merupakan faktor yang cukup kuat dalam memengaruhi minat beli konsumen, meskipun faktor lain juga dapat berperan. Misalnya, harga produk, kualitas produk, dan promosi juga dapat memengaruhi minat beli, tetapi citra toko secara khusus memiliki dampak yang signifikan.

Adanya pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa toko yang berhasil membangun citra yang baik akan cenderung menarik lebih banyak konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli. Oleh karena itu, pengelola toko atau pemilik bisnis harus memberi perhatian lebih pada pengelolaan citra toko sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra toko berperan penting dalam menarik minat beli konsumen, dan pengelolaan citra yang positif dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli produk atau layanan. Oleh karena itu, toko atau bisnis yang ingin meningkatkan minat beli konsumen harus memfokuskan perhatian pada pengelolaan citra toko mereka secara efektif dan terus berinovasi untuk menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan bagi

konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sandi, Putri Rayining (2019) Hasil lain menunjukkan bahwa peran brand image mampu memediasi pengaruh celebrity endorsement terhadap purchase intention. Begitu pula dengan brand credibility mampu memediasi pengaruh celebrity endorsement terhadap purchase intention. Implikasi praktis dalam penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi perusahaan dalam meningkatkan brand image dan brand credibility melalui penggunaan selebirtiti sebagai endorser.

KESIMPULAN

Celebrity endorsement dan citra toko nim's store kota palu sudah sangat baik sedangkan minat beli konsumen pada toko nim's store kota palu baik.

Celebrity endorsment dan Citra Toko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Toko Nim's kota palu Store.

Celebrity endorsment berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Toko Nim's Store kota palu.

Citra Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Toko Nim's Store kota palu.

SARAN

Berdasarkan mean terendah pada variabel celebrity endorsement terdapat pada pernyataan ke dua 'pengakuan celebrity' dengan nilai mean 4,02 berada dalam kategori sangat baik. Meskipun masuk dalam kategori sangat baik namun para celebrity endorsement masih harus meningkatkan minat pembelian ditoko nims store kota palu.

Berdasarkan mean terendah pada variable citra toko terdapat pada pernyataan ke delapan 'kualitas sesuai dengan kebutuhan' dengan nilai mean 3,91 berada dalam kategori baik. Meskipun masuk dalam kategori baik namun citra pada toko nims store belum sesuai dengan kualitas dan kebutuhan konsumennya dan masih harus terus meningkatkan minat pembelian ditoko nims store kota palu.

Berdasarkan mean terendah pada variable minat beli konsumen terdapat pada pernyataan ke empat 'pembelian toko' dengan nilai mean 4,02 berada dalam kategori baik. Meskipun masuk dalam kategori baik namun pembelian pada toko nims store masih akan terus di tingkatkan agar citra toko semakin baik dan semakin di kenali banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh. Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat.
- Andi, Suyono, Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Asus Pada Mahasiswa Pelita Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 23–36
- Andi, N dan F. Kurniawan. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi. Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening
- Aryandi, J., dan Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap. Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu.
- Foster. Bob., (2018)., The Effect.of Price and Service Quality on Customer. Satisfaction in Mutiara hotel Bandung International.Journal of. Contenporary
- H.A. (2019). Determinan Minat Membeli Produk Halal. At- tjaroh: *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5(2): 232–246.

- Hsu, M. K., Huang, Y., and Swanson, S. (2017). Grocery Store Image, Travel. Distance, Satisfaction And Behavioral Intentions: Evidence From A Midwest. College
- Laveina (2020) Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram. Terhadap Minat Beli Produk Haver mood. Jurnal manajemen Vol.5. No. 5.
- Lestari, Rusno & Nurfaraid. (2020). “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Harga terhadap Minat. Beli Konsumen pada Geprek Benu Kawi Malang
- Mintarti, S., & Pattisahusiwa, S. (2018). Analisis Efektivitas dan Efisiensi Pelaksanaan Anggaran Belanja. Kinerja, 15(1), 38.
- Nur Mahmudah. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Di. Jatiroso. Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan .Vol. 1 No. 2 Edisi.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek, Dan. Kepercayaan merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Inspirasi.
- Sandi, Putri Rayining. (2019). Pengaruh Gaji, Insentif Dan Lingkungan Kerja. Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada Pt Bank Jatim Cabang Kediri
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek, Dan. Kepercayaan merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Inspirasi.
- Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap. Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Cafe (Studi Pada Pelanggan Ludic Cafe.
- Novita C., M. Wahyu (2020) Pengaruh Isi Berita, Harga, Tampilan Dan Kemudahan Memperoleh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Surat Kabar] (Studi Kasus Pada Konsumen Surat Kabar Di Kelurahan Salaman Mloyo Kecamatan Semarang Barat. Other thesis, Prodi Manajemen Unika Soegijapranata.