

Strategi Pemasaran Dalam upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Kargo

Marketing Strategy in an Effort to Improve the Quality of Cargo Services

Etgar Ramadhani Pambudi^a, Mustikasari^b, Siti Nurhayati^c, Sarinah Sihombing^d

^{a,b,c,d}Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

etgarramadhani@gmail.com^{a*}, mstksari@gmail.com^b, snkalibata66@gmail.com^c, sarinah.stmt@gmail.com^d

ABSTRACT

PT Aerojasa Cargo is one of the subsidiaries in the business strategy group of the Garuda Indonesia Group Aerowisata unit which is engaged in transportation, tourism, hospitality, logistics and flight catering services. Tbk. The method used in this research is descriptive qualitative using SWOT analysis. Based on the results of the SWOT analysis, the IFE matrix shows that the strength and weakness factors have a total score of 3.47. This indicates that the condition is in a very strong internal position. Furthermore, the EFE matrix shows that the opportunity and threat factors have a total score of 3.14. This indicates that the Cargo Services business can respond to the opportunities that exist in the right way so as to avoid threats in the industrial market. The quadrant diagram shows that PT Aero Jasa Cargo is in the Growth quadrant where the quadrant is in a very favorable condition. The results of the SO strategy, obtained the strength factor that must be maintained in order to be able to take the existing opportunities, the ST strategy shows that the company must maximize the strength to overcome the existing threats, the WO strategy, take advantage of the existing opportunities by minimizing the company's weaknesses. As well as the WT strategy which requires companies to be able to minimize weaknesses and avoid threats.

Keywords : Strategy; SWOT Analisis: Service Quality

ABSTRAK

PT Aerojasa Cargo merupakan salah satu anak perusahaan dalam kelompok strategi bisnis unit Aerowisata Garuda Indonesia Group yang bergerak dalam bidang jasa transportasi, pariwisata, perhotelan, logistik dan jasa boga penerbangan Dimana seluruh sahamnya dimiliki oleh Badan Usaha Milik Negara yaitu milik PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT diperoleh pada matriks IFE menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,47. Hal ini mengindikasikan bahwa kondisinya berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya, didalam matriks EFE menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,14. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha Jasa Cargo dapat merespon peluang yang ada dengan cara yang tepat sehingga dapat menghindari ancaman yang berada di pasar industri. Dalam diagram kuadran menunjukan bahwa PT Aero Jasa Cargo berada pada kuadran *Growth* dimana kuadran tersebut dalam kondisi sangat menguntungkan. Hasil strategi SO, diperoleh faktor kekuatan yang harus dipertahankan agar mampu mengambil peluang yang ada, strategi ST menunjukkan bahwa perusahaan harus memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada, strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan. Serta strategi WT yang mengharuskan perusahaan untuk dapat

meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Kata Kunci :Strategi; Analisis SWOT; Kualitas Pelayanan,.

A. Pendahuluan

Pada saat ini kebutuhan jasa pengiriman menghadapi kenaikan yang sangat pesat. Jasa pengiriman merupakan bagian dari kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menginginkan suatu yang Cepat, mudah, nyaman serta instan dalam perihal pengiriman barang. Kebutuhan konsumen yang terus menjadi besar, pesatnya perkembangan bisnis toko *online* atau *e-commerce* membuat industri jasa kargo menjadi target yang sangat pas dalam pengiriman barang baik dari dalam ataupun luar negeri. Tingginya konsumen *e-commerce* diproyeksikan akan menambah volume kargo udara pada tahun ini mencapai 5%. Membuat industri pengiriman barang tumbuh positif tiap tahunnya seiring perkembangan *e-commerce* yang tercatat 500% dalam empat tahun terakhir. Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) memprediksi potensi pertumbuhan bisnis logistik di Tanah Air bisa mencapai lebih dari 30% pada 2020. Bila dihitung secara rinci, estimasi pertumbuhan sektor ini secara menyeluruh bisa mencapai RP.40 triliun atau lebih pertahun. Sementara itu, data Indeks Kinerja Logistik Bank Dunia mencatat logistik Indonesia telah meningkat sangat pesat dalam tiga tahun terakhir. Saat ini, Indonesia berada di peringkat ke-46 secara global dibandingkan pada 2016 yang berada di peringkat ke-63. Timbulnya startup - startup logistik baru menciptakan persaingan antar penyedia jasa kargo di kalangan perusahaan sejenis, dengan adanya pesanan *e-commerce* yang terus meningkat menjadi suatu tantangan yang wajib dialami oleh penyedia jasa kargo. Sehingga dalam mengalami persaingan bisnis, perusahaan wajib lebih kompetitif serta memberikan pelayanan jasa dengan mutu yang terbaik, yang dibutuhkan untuk mencapai kepuasan konsumen yang merupakan aspek penting demi tercapainya mutu.

Strategi pemasaran sangat berperan penting dalam meraih target pasar,

menghadapi pesaing, terutama dalam memenangkan hati konsumen. Oleh karena setiap perusahaan harus memiliki program dan rencana pemasaran untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan perusahaan. Program pemasaran terdiri dari sejumlah keputusan bauran alat-alat pemasaran yang di gunakan seperti (*Marketing Mix 7P*) *product, place, price, people, promotions, procces, physical evidence*. Penerapan program pemasaran akan menentukan daya tarik dan kedudukan perusahaan di mana kepuasan konsumen adalah tolak ukur keberhasilan program perusahaan, jika di terapkan secara tepat , maka harapan untuk menjadi pemenang akan terbuka lebar. Sehingga peranan strategi pemasaran akan menjadi kunci kesuksesan perusahaan.

Ada beberapa program unggulan yang diberikan PT Aerojasa Cargo kepada konsumen, yaitu, layanan *express*, layanan *regular*, layanan *pergudangan*, *projek*, *layanan truk* dan *barang berbahaya*. Berdasarkan pada nilai-nilai perusahaan PT Aerojasa Cargo yang sudah menjadi pedoman budaya kerja pada seluruh karyawannya, menyadari bahwa budaya kerja yang berorientasi kepada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan landasan utama untuk dapat dipercaya dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, PT Aerojasa Cargo akan menjadikan kualitas pelayanan dan operasional yang efisien sebagai kunci keunggulan dalam bersaing dan mempertahankan loyalitas pelanggannya.

Kepuasan pelanggan sudah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis serta manajemen. Mengingat, kepuasan merupakan kondisi emosional seorang baik kebahagiaan ataupun kesedihan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan pastinya bukanlah hanya bertujuan untuk membagikan kepuasan semata. Adanya dukungan penuh dari penerbangan Garuda Indonesia Group, pelayanan yang diberikan akan memastikan

untuk selalu menjadi rekanan yang mengerti kebutuhan anda dan akan memberikan solusi terbaik yang diinginkan terutama dalam pemilihan jadwal penerbangan, ketersediaan ruang kargo dan harga yang kompetitif. Dengan perhatian yang khusus dan terjamin pengiriman anda bisa sampai dengan tujuan dengan aman.

B. Kajian Pustaka

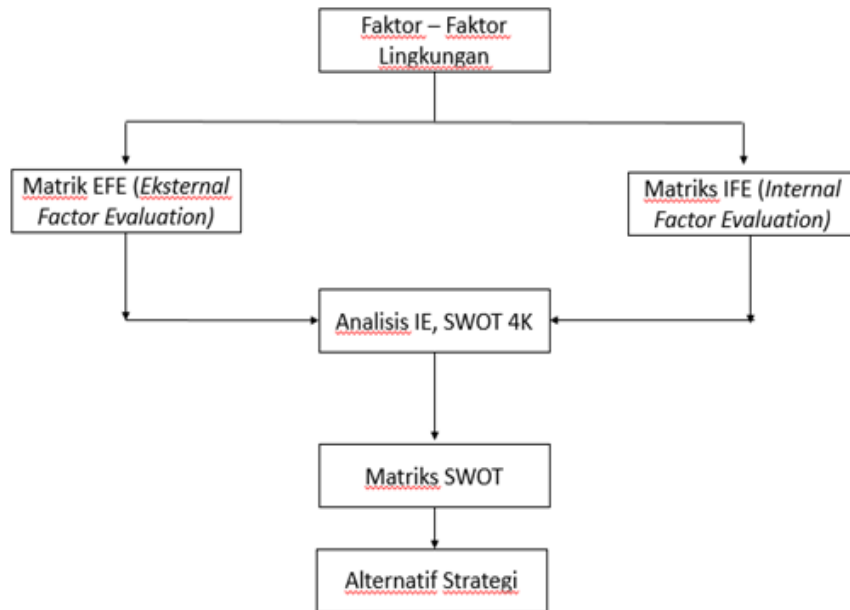
Menurut (Rahma & Amir, 2021) Metode analisis SWOT dapat digunakan sebagai metode analisis yang mendasar, dan sangat berguna bagaimana perusahaan dapat melihat suatu topik atau suatu permasalahan secara rinci. Kualitas pelayanan merupakan hal yang perlu ditingkatkan dan diperhatikan oleh perusahaan jasa agar dapat menciptakan keunggulan bersaing didalam, menghadapi persaingan industry (Putri & Utomo, 2017). Analisis strategi bersaing menurut (Abisha, 2015) adalah bagaimana perusahaan dapat mempersiapkan kekuatan internal didalam menghadapi kendala eksternal seperti para pesaing dibidang usaha yang sama. Pemasaran jasa merupakan hal yang paling mendasar didalam membantu meningkatkan penjualan didalam sebuah perusahaan diperlukan pendekatan khusus didalam pelaksanaannya terutama di dalam menghadapi kendala dan peluang eksternal (Bruno, 2019). Bauran pemasaran merupakan salah satu pondasi marketing dengan membuat identifikasi didalam masing-masing kegiatan pemasaran yang tertuang didalam 7P *product, place, price, people, promotions, procces, physical evidence*. (Selang, 2013). Formula strategi merupakan tahapan didalam mendapatkan strategi alternatif yang tepat sebagai jalan terhadap perubahan yang diharapkan oleh

perusahaan yaitu meningkatkan penjualan dapat mengembangkan produk unggulan (Silalahi et al., 2020). Teknik Analisa SWOT sebagai alat analisis didalam mengambil keputusan strategis perusahaan untuk mendapatkan hasil kekuatan internal dan eksternal didalam mendapatkan hasil yang diharapkan (Fatima, 2016). (Dasri, 2017) kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan bertujuan agar kepuasan pelanggan dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan Teknik Analisa data menggunakan SWOT (*Strength – Weakness – Opportunity - Threat*) melalui pendekatan matriks IE dan SWOT 4K. data diperoleh dari sumber yang berkompeten didalam menganalisa faktor lingkungan internal dan eksternal, sampai dengan penentuan strategi alternatif yang tepat. Kemudian Langkah selanjutnya adalah matrik internal dan eksternal, pada matriks ini dimasukkan beberapa faktor eksternal perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan yang menjadikan faktor – faktor tersebut sebagai ancaman dan peluang perusahaan dari faktor eksternal yang ada. Faktor – faktor tersebut kemudian diberikan bobot, peringkat dan skor bobot

Berikut adalah tahapan kegiatan didalam menentukan alternatif strategi yang tepat didalam meningkatkan kualitas pelayanan kargo. Langkah kerja analisis yang dapat diterapkan untuk mendapatkan hasil formulasi strategi dalam manajemen strategi adalah sebagai berikut :



Sumber : Fred R. David, 2016

Gambar 1 Kerangka Berfikir Berdasarkan Analisis Swot Sebagai Formulasi Strategi

D. Hasil dan Pembahasan

Matriks External Factor Evaluation (EFE), Pada matriks ini dimasukkan beberapa faktor eksternal perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan yang menjadikan faktor – faktor tersebut sebagai ancaman dan peluang perusahaan dari faktor eksternal yang ada. Faktor – faktor tersebut kemudian diberikan bobot, peringkat dan skor bobot

Matriks *Internal Factor Ealuation* (IFE) Pada matriks ini dimasukkan faktor internal perusahaan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area – area fungsional bisnis dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut. Faktor – faktor tersebut kemudian diberikan bobot.

Matriks Internal Eksternal (*IE Matrix*) Dalam matriks IE ini disusun dengan meletakkan total bobot skor EFE dan total bobot IFE pada sumbu datar dengan skala setiap sumbu berkisar antara angka 1,00 sampai 4,00.

SWOT 4K , penelitian menunjukan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisi SWOT. SWOT adalah

singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesess* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisi SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*).

Analisis Lingkungan Internal

1) Kekuatan (*strength*)

- a Kemudahan konsumen dalam mengirimkan barang dengan system pick up dan COD.
- b Armada/ transportasi yang mendukung dalam pengiriman barang.
- c Harga yang ditawarkan terjangkau.
- d Hubungan baik dengan mitra kerja dan loyalitas pelanggan.
- e Jaringan pengiriman surat dan paket terluas dan tersebar di seluruh daerah di Indonesia.
- f Harga layanan jasa terjangkau di kalangan konsumen.
- g Mengutamakan kualitas pelayanan melalui sumber daya masyarakat yang ada.
- h Mengutamakan kulitas pelayanan

demi pencapaian loyalitas konsumen.

2) Kelemahan (*weakness*)

- a Layanan – layanan dari inovasi terbaru masih digunakan oleh masyarakat, sebagai contoh dalam melakukan pengiriman produk berupa surat, masyarakat masih banyak menggunakan *gmail*.
- b Kurang nya iklan publikasi untuk informasi produk.
- c Pemahaman masyarakat terhadap PT Aero Jasa Cargo ketika memberikan predikat PT Garuda Indonesia, masyarakat menilai biaya pengiriman barang terkesan mahal.
- d Pelayanan jasa belum merambah luas dalam *platform – platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, mitra yang ada belum bekerjasama dengan PT Aero Jasa Cargo.
- e Layanan menggunakan pelayanan *online* masih dalam pengembangan sehingga belum berjalan dengan maksimal.
- f *Branding* yang dilakukan masih belum maksimal sehingga hanya kalangan tertentu saja yang mengetahui jasa pelayanan ini.
- g Stigma masyarakat terhadap jasa pelayanan yang sudah ada dan mudah dijangkau menjadi polihan utama masyarakat.

Analisis Lingkungan Eksternal

1) Peluang (*opportunity*)

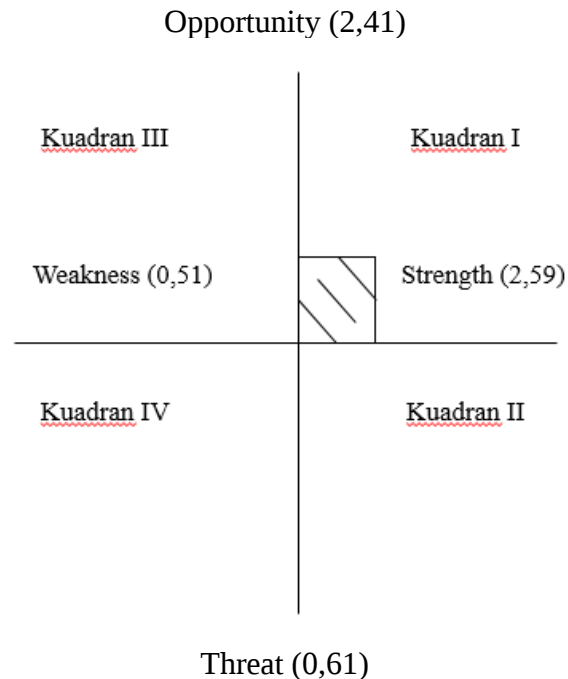
- a Mengatur strategi kerjasama dengan berbagai pihak.
- b Kemajuan pesat pada bidang teknologi.
- c Masyarakat membutuhkan pelayanan pembayaran yang beragam, yang tidak rumit dan cepat.
- d Loyalitas pelanggan dan mitra kerjasama semakin meningkat
- e Meningkatnya bisnis berbasis online yang menyebabkan bertambahnya *e-commercer* di Indonesia.

2) Ancaman (*threat*)

- a Banyak nya pesaing sejenis yang bermunculan.
- b Penerapan UU tentang perlindungan konsumen.
- c Persaingan aktif yang kompetitif dari kompetitor
- d Keadaan yang belum stabil.
- e Pebisnis *online* lebih meminati jasa pengiriman yang berbentuk satuan/ retail.

Analisis SWOT 4K

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, *strength* 2,59, *weakness* 0,95, *opportunity* 2,41, *threat* 0,61. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 2,41, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 0,61. Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT PT Aero Jasa Cargo:



Sumber : Olahan Peneliti (2021)
Gambar 2 Diagram Kuadran Analisis SWOT PT Aero Jasa Cargo

Dari gambar diagram kuadran diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa PT Aero Jasa Cargo berada pada kuadran *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), dengan penerapan GOS tersebut perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut berbagai peluang yang ada sehingga perusahaan dapat menyeimbangi pesaing lain yang mengeluarkan produk sejenis.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada pengertian dibawah ini :

- 1) Strategi SO (*Strength – Opportunities*)
Strategi ini merupakan gabungan dari

faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh PT Aero Jasa Cargo, yaitu:

- a Meningkatkan pelayanan yang berkualitas.
- b Memperluas pasar untuk mendukung kinerja Kantor PT Aero Jasa Cargo.
- c Memberikan tariff yang terjangkau untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.
- d Peningkatan dan penambahan kerjasama dengan mitra kerja berbasis bisnis online.

- 2) Strategi ST (*Strength – Threat*)
Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST yang ditempuh

oleh PT Aero Jasa Cargo, yaitu :

- a Memberikan fasilitas pelayanan dan harga yang terjangkau untuk para konsumen Memberikan fasilitas pelayanan dan harga yang terjangkau untuk para konsumen.
 - b Menetapkan harga bersaing.
 - c Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen dan mitra kerja.
 - d Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dengan Kantor PT Aero Jasa Cargo.
- 3) Strategi WO (*Weakness – Opportunities*)
Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang ditempuh oleh PT Aero Jasa Cargo, yaitu :
- a Promosi dan brand image kepada masyarakat terhadap PT Aero Jasa Cargo.
 - b Mulai berinovasi dengan memasuki pasar e – commerce seperti shopee, bukalapak, dan lainnya.
 - c Peningkatan soft skill karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
- 4) Strategi WT (*Weakness – Threat*)
Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang ditempuh oleh PT Aero Jasa Cargo, yaitu :
- a Meningkatkan teknologi guna mendukung pelayanan.
 - b Meningkatkan kreatifitas karyawan.
 - c Ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman barang

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas diperoleh bahwa di dalam matriks IFE menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,10. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari PT Aero Jasa Cargo berada pada posisi internal yang begitu kuat. Selanjutnya, didalam matriks EFE menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,02. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha dari PT Aero Jasa Cargo dapat merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman yang berada di pasar industrinya. Adapun dalam diagram kuadran ditunjukkan bahwa PT Aero Jasa Cargo berada pada kuadran *Growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Setelah menggandengkan kekuatan dengan peluang atau strategi SO, maka diperoleh factor kekuatan yang mesti dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada. Penggandengan strategi ST menunjukkan bahwa perusahaan harus memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Strategi WO, memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan perusahaan. Serta strategi WT yang mengharuskan perusahaan untuk dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

E. Simpulan

Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang ada pada PT Aero Jasa Cargo, bahwasannya penerapan strategi pada perusahaan tersebut menggunakan *Growth Oriented Strategy*. Hal ini dikarenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. PT Aero Jasa Cargo memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan serta uraian pembahasan pada bab sebelumnya mengenai peningkatan pelayanan jasa, maka dapat disimpulkan

beberapa hal sebagai berikut :

- a. Kekuatan PT Aero Jasa Cargo didukung oleh kemudahan konsumen dalam melakukan pengiriman barang karena transportasi dalam pengiriman menjadi penunjang pelayanan jasa tersebut. Harga yang sangat terjangkau menjadi pilihan untuk konsumen sebanding dengan kualitas pelayanan yang baik. Selain itu, kualitas juga didukung melalui sumber daya masyarakat sebagai pegawai yang berada di lingkungan PT Aero Jasa Cargo.
- b. Kelemahan PT Aero Jasa Cargo dapat diminimalisir karena perusahaan memberikan inovasi terhadap pelayanan. Selain itu, melakukan publikasi untuk membangun brand awarnes, terus dilakukan oleh perusahaan melalui mitra kerja berupa e-commers yang sedang banyak berkembang di Indonesia, dan mengurangi stigma dalam permasalahan jangkauan pada masyarakat.
- c. Dalam menghadapi ancaman bisnis, PT Aero Jasa Cargo melakukan analisis pasar kepada pesaing yaitu kompetitor sehingga tetap berada pada persaingan pasar. Turut serta berpartisipasi dalam ketentuan hukum mengenai aspek-aspek pelaku usaha agar tetap menjaga eksistensi usaha.
- d. Keuntungan didapatkan oleh konsumen adalah ketika menggunakan layanan pengiriman barang, konsumen diberikan kemudahan dalam sistem pick up sehingga dapat mengirim barang tanpa harus datang ke gerai terdekat, kemudian perkembangan digitalisasi memberikan fitur berupa tracking online sehingga konsumen tidak perlu cemas akan kerugian berupa jika kehilangan barang, sehingga lebih aman hingga sampai kepada penerima barang tersebut.

F. Daftar Pustaka

- Abisha, N. (2015). *Analisa Strategi Bersaing Pada Perusahaan Distributor PT. Bagong Dirgantara Niaga*. 3(1), 1–10.
- Bruno, L. (2019). Pemasaran Jasa. *Journal Of Chemical Information And Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Dasri, M. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH KREDIT PADA PT BANK MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU MANDIRI MITRA USAHA PALU PASANGKAYU. *E Jurnal Katalogis*.
- Fatima, F. N. D. (2016). Teknik Analisis SWOT. In *Anak Hebat Indonesia*.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa). *Among Makarti*.
- Rahma, A. A., & Amir. (2021). MANAJEMEN STRATEGI ANALISIS SWOT DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA BMT NU PUSAT GAPURA SUMENEP. *Jurnal Al-Idārah*, 2(1).
- Selang, C. A. . (2013). BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO. *EMBA*.
- Silalahi, R. V., Jobiliong, Ph.D, E., & Wilson, H. (2020). Formulasi Strategi Pada Pt Intan Dua. *Journal Industrial Manufacturing*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.31000/Jim.V5i1.2432>