



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SOUND SYSTEM
(Studi Kasus AR PRO NGANJUK)**

Oleh:

Ketua	: Sanggita Nur Fadila	NPM	: 2012010181
Anggota 1	: Zulistiani, M.M	NIDN	: 0711118603
Anggota 2	: Itot Bian Raharjo, M.M	NIDN	: 0718118401

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN *SOCIAL MEDIA* *MARKETING* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *SOUND SYSYTEM* (STUDI KASUS AR PRO NGANJUK)
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Sanggita Nur Fadila
- b. NPM : 2012010181
- c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
- d. Alamat Rumah : dsn. Tawang ds. Kampungbaru kec. Tanjunganom kab. Nganjuk
- e. Telp./HP : 0816-1525-9632
- f. Email : sanggita774@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 3 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
- b. Sumber Lain : Rp 15.000.000
- Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



Kediri, 3 Juli 2024
Ketua,

Sanggita Nur Fadila
NPM. 2012010181

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



LAPORAN PENELITIAN

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

I. Identitas Penelitian

A. Judul Penelitian :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SOUND SYSTEM
(Studi Kasus AR PRO NGANJUK)**

- B. Jenis Penelitian : Mandiri
- C. Peneliti Utama
- a. Nama Lengkap : Sanggita Nur Fadila
 - b. NPM : 2012010181
 - c. Fak./Jur./Prodi. : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
- D. Anggota Peneliti Dosen
- a. Nama Lengkap : Zulistiani S.Pd.,M.M
 - b. NIDN : 0711118603
 - c. Jafung./Gol. : Lektor / 3C
 - d. Fak./Jur./Prodi. : Fakultas Ekonomi dan Bisnis /Manajemen
- E. Anggota Peneliti 2
- a. Nama Lengkap : Itot Bian Raharjo, M.M
 - b. NIDN : 0718118401
 - c. Jafung./Gol. :
 - d. Fak./Jur./Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
- F. Jangka Waktu Penelitian : 3 bulan
- G. Anggaran yang diusulkan : Rp. 15.000.000

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusun laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Penyusunan laporan penelitian ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan laporan penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku arektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberi dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Zulistiani, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam menyusun laporan penelitian ini.
5. Itot Bian Raharjo, S.Pd., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam menyusun laporan penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.

7. Orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan kepada penulis selama penyusunan laporan penelitian ini.
8. Bapak Ahmad Bisri selaku pemilik usaha *sound system* AR PRO Nganjuk yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian dalam penyelesaian laporan penelitian ini.
9. Farhan Darnanda terima kasih telah menjadi salah satu penyemangat, pendengar keluh kesah dalam penulisan laporan penelitian, penasehat yang baik dan senantiasa memberikan cinta.
10. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan laporan penelitian ini.
11. Ucapan ini juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian laporan penelitian ini.

Disadari bahwa laporan penelitian ini banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga laporan penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 21 April 2024

Sanggita Nur Fadila
NPM. 2012010181

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *social media marketing* terhadap kepuasan pelanggan terhadap *sound system* AR Pro Nganjuk secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan di *sound system* AR Pro Nganjuk, instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner yang melibatkan 40 responden pelanggan di *sound system* AR Pro Nganjuk. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling (*incidental sampling*), dan teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *social media marketing* berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *sound system* AR Pro Nganjuk. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman serta memberikan wawasan terkait peningkatan kualitas produk, layanan, dan *social media marketing* agar dapat mencapai keberhasilan di pasar. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi gambaran dalam strategi peningkatan kualitas perusahaan. Sehingga dapat meminimalisir risiko yang mungkin terjadi. Penelitian ini hanya membahas pada kualitas pelayanan, kualitas produk dan *social media marketing* sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi variabel dependen yang perlu diteliti lagi.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
LAPORAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI 7	
A. Kepuasan Pelanggan	7
B. Kualitas Pelayanan.....	11
C. Kualitas Produk.....	14
D. <i>Social Media Marketing</i>	18
BAB III METODE PENELITIAN 23	
A. Deskripsi Metode Penelitian	23
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	24
C. Sasaran Penelitian	24
D. Instrumen penelitian	25
E. Prosedur Analisis Data.....	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	39
A. Kesimpulan	39
B. Implikasi Teoritis dan Manajerial.....	41
C. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Bisnis <i>Sound System</i> Di Nganjuk	3
Tabel 3. 1 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup	25
Tabel 4. 1 Hasil Tes Realibilitas.....	29
Tabel 4. 2 Hasil Tes Multikolinearitas	31
Tabel 4. 3 Hasil Regresi Linier Berganda.....	33
Tabel 4. 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)	34
Tabel 4. 5 Hasil Tes T	35
Tabel 4. 6 Hasil Tes F.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik.....	30
Gambar 2 Hasil Tes Heteroskedastisitas	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	47
Lampiran 2 Surat Balasan	48
Lampiran 3 Instrumen penelitian	49
Lampiran 4 Tabulasi Angket/Transkripsi Wawancara	55
Lampiran 5 Dokumentasi.....	60
Lampiran 6 Artikel yang di publikasi.....	61
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	73
Lampiran 8 Cek Hasil Similarity	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa tahun lalu masih menyisakan dampak pada cara hidup Masyarakat Indonesia, khususnya bagi para Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lebih dari 59% dari mereka mengaku mengalami kesulitan dalam memasarkan produk atau pelayanan mereka karena sektor pariwisata ditutup selama pandemi, yang mengakibatkan kurangnya pengunjung. Berlakunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah tertentu dan saran untuk tetap di rumah selama pandemi telah menyebabkan gangguan mendadak pada kegiatan ekonomi, yang juga berpengaruh terhadap turunnya permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia (Aditia, 2020). Pada penelitian ini, peneliti memiliki pembaharuan yang mana juga menjadi gap antara peneliti-peneliti terdahulu. Dari banyaknya penelitian yang hampir sama, namun sebjeknya dominan adalah perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berupa makanan, minuman, kendaraan dan subjek yang berbeda. Yakni perusahaan jasa, kepuasan pelanggan juga sangat dibutuhkan.

Salah satu perusahaan menengah yang juga menerima dampak ini adalah perusahaan jasa *sound system*. Kepuasan pelanggan telah menurun selama beberapa tahun terakhir. Penurunan ini dapat terjadi karena tiga hal, yaitu kualitas pelayanan, kemudian kualitas produk, dan kualitas *social media*

marketing. Produk yang berkualitas sangat penting untuk memenangkan persaingan di pasar (Cesariana, 2022). Perusahaan harus memastikan jika produk yang mereka tawarkan memiliki *rate* yang lebih baik dari produk pesaing. Kualitas produk harus diuji dengan baik sehingga pelanggan lebih memilih produk perusahaan daripada produk sejenis lainnya. Produk yang berkualitas juga dapat membantu perusahaan bertahan di era ketatnya persaingan bisnis dan menciptakan *brand image* yang baik di mata pelanggan. Hal lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan sebagai produsen untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, seperti sikap peduli terhadap pelanggan (Handoko, 2017). Sikap ini sangat penting karena dapat menciptakan rasa nyaman pada pelanggan dan kepuasan dalam membeli suatu produk perusahaan. Untuk memberikan pelayanan yang baik, perusahaan perlu menunjukkan sikap sopan, ramah, dan acuh tak acuh terhadap pelanggan. Apalagi di era digitalisasi saat ini, yang memungkinkan produsen untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Pelayanan maksimal dapat dicapai dengan berinovasi seperti menerapkan *social media marketing*. Hal tersebut dilakukan supaya pelanggan dapat dengan mudah memberikan *feedback* sehingga kualitas pelayanan dapat tercapai dengan baik melalui *social media marketing* (Isa, 2019).

AR Pro *sound system* Nganjuk merupakan usaha di bidang mikro kecil, dan menengah (UMKM) yang khusus menyewakan alat musik, khususnya *sound system*. AR Pro *sound system* juga telah terpengaruh secara signifikan

oleh kehadiran pesaing baru di industri bisnis *sound system*. Alamat AR Pro Nganjuk berlokasi di Dusun Tawang, Desa Kampungbaru, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, 64482. Meningkatnya kehadiran bisnis *sound system*, termasuk AR Pro Nganjuk, di berbagai daerah dengan daya tariknya yang khas merupakan tren yang nyata. Salah satu contohnya adalah industri *sound system* yang berlokasi di Kabupaten Nganjuk. Fakta ini dapat divalidasi dengan menganalisis data operasional bisnis *sound system* di Nganjuk:

Tabel 1 1 Data bisnis *sound system* di Nganjuk

No.	Firma	Alamat
1.	Sistem Audio Safira	Klaten, Gemenggeng, kecamatan Pace, Kabupaten Nganjuk
2.	Sistem Audio Kartolo	Bagor Wetan, kecamatan Sukomoro, Kabupaten Nganjuk
3.	Sistem Suara Audio KJ	Karanganyar, Drenges, kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk
4.	VD Audio	Wates, kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
5.	Yordania Audio	Sidoharjo, kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
6.	AH Pro	Kampungbaru, kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
7.	Putra Pegasus <i>Sound system</i>	Drenges, kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk
8.	<i>Sound system</i> BR	Kelutan, kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk
9.	Produksi Audio DC	Warujayeng, kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
10.	Sistem Suara Audio PB	Sugihwaras, kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk

Data disajikan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada pesaing yang signifikan dalam industri *sound system* di Nganjuk. Hal ini dapat dikaitkan dengan tingginya permintaan akan sumber daya manusia terampil di

Kabupaten Nganjuk. Tingkat persaingan yang ketat terutama didorong oleh pendirian AR Pro Nganjuk, sebuah perusahaan *sound system* yang berlokasi di Kabupaten tersebut. Lokasinya yang strategis memungkinkan aksesibilitas yang mudah bagi pelanggan dari berbagai lokasi. Pelayanan *sound system* telah mendapatkan popularitas besar di Nganjuk, menawarkan berbagai pilihan sewa untuk memenuhi beragam kebutuhan bisnis. Keindahan menawan dan instrumen merdu yang dihasilkan oleh *sound system* ini telah memposisikan mereka sebagai komoditas unggulan di Kabupaten Nganjuk.

Kualitas produk AR Pro Nganjuk secara langsung berdampak pada reputasi mereknya. Merek yang terkenal dengan produk berkualitas akan cenderung mengumpulkan dukungan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, dalam hal kualitas pelayanan, pelayanan berkualitas tinggi meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung memberikan *feedbaack* positif, merekomendasikan produk pada orang lain, dan tetap setia pada merek. Akhirnya, berkaitan dengan pemasaran melalui media social, memungkinkan perusahaan jasa untuk menjangkau konsumen dari berbagai daerah, dan kehadiran media social secara tidak langsung meningkatkan merek perusahaan. Dengan menggabungkan kualitas produk, pelayanan, dan *social media marketing*, perusahaan dapat menciptakan pengalaman holistik yang positif bagi konsumen, memperkuat kehadiran merek, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar (Jaya, 2023).

Dalam konteks khusus ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berdiri sebagai tujuan utama dan alat yang digunakan dalam strategi

pemasaran (Kinanti, 2017). Perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan fokus mereka pada tingkat kepuasan pelanggan, karena internet saat ini memberi pelanggan sarana untuk dengan cepat berbagi berita positif atau negatif secara global, yang dapat berdampak besar pada bisnis yang sedang dilakukan. Selain itu, tujuan mendirikan bisnis adalah untuk memaksimalkan keuntungan, tetapi pelanggan juga harus merasa puas dengan produk yang disediakan untuk memastikan penggunaannya yang berkelanjutan dan mencegah mereka beralih ke produsen lain. Hal ini juga diharapkan dapat menarik pelanggan baru. Sekali lagi, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai tujuan dan alat dalam pemasaran (Kurniawan, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Lokananta & Aquinia, 2023) dengan judul "Meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan *Social media marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. Nasmoco Kaligawe di Kabupaten Semarang)" sangat relevan dengan penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti mencoba menemukan, mempelajari, serta menginvestigasi apakah ada pengaruh yang signifikan terkait kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *social media* terhadap kepuasan pelanggan AR Pro Nganjuk. Kemudian, kesenjangan dalam penelitian ini pertama yakni layanan yang terdapat di AR Pro Nganjuk sudah profesional sejak tahun 1990 an. Kedua, produk atau alat music yang digunakan dalam AR Pro Nganjuk selalu ada pembaharuan untuk setiap tahunnya. Terakhir, yakni *social media* yang dimiliki AR Pro Nganjuk ini dinilai kurang dalam memasarkan produk

maupun merek. Hal-hal di atas selain menjadi kesenjangan dalam penelitian, juga menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Para peneliti percaya bahwa judul yang dipilih dan topik ini terkait erat karena ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *social media marketing* dalam hal kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengambil pendekatan inovatif dengan mempertimbangkan faktor-faktor kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karenanya, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap bidang *satisfaction marketing* (Darmawan, 2022).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, diperoleh rumusan masalah yaitu “Adakah pengaruh secara signifikan pada variabel x yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *Social media marketing* terhadap variabel y yaitu kepuasan pelanggan *sound system AR Pro Nganjuk* secara parsial dan simultan?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *Social media marketing* terhadap kepuasan pelanggan *sound system AR Pro Nganjuk* secara parsial dan simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Apriliana. (2020). ANALISA KUALITAS LAYANAN PADA CV. SINGOYUDHO NUSANTARA. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 389–395.
- Asnawi. (2022). Berpindah Merek Produk Saat Covid19: Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pemasaran Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 5131–4143.
- Cesariana. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Darmawan. (2022). Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan. *IKRAITH EKONOMIKA*, 1–26.
- Gunelius. (2011). *30-Minute Social Media Marketing : Step-by-Step Techniques to Spread the Word about Your Business Fast and Free*.
- Handoko. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Hermanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(01), 46–57. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i01.1193>
- Isa. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 164–181. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.90>
- Jaya. (2023). Pengaruh *Sosial Media Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di the Wrappers, Medan. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 28(3), 118–127. <https://doi.org/10.32767/jurmek.v28i3.2103>

- Jusmansyah. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turn Over, dan Return on Equity terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 9(2), 179–198.
- Kinanti, P. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53–64.
- Kultsum, T. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Optik Voorfo di Nunukan, Kalimantan. *Aro Gopipin*, 1–14.
- Kurniawan. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening CELEBRITY FITNESS CENTER SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(The development of fitness centers in the city of Surabaya is growing rapidly, strategic locations such as in the center of the famous city in the city of Surabaya, of course this is directly proportional to the changing lifestyle of people in the city of), 1.
- Neti. (2015). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 07(01). <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Philip Kotler, K. L. K. (2012). *Marketing Management* (14th ed., p. 800). Pearson.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=eMZRYgEACAAJ&redir_esc=y
- Putri. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Saragih. (2020). Keputusan Pembelian *On - Line* Melalui Sosial Media Pemasaran Usaha Mikro dan Kecil Sebuah Pendekatan Literatur. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 85–91. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.84>
- Yusmanizar. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. *Jurnalisa*, 06(November), 200–215. <https://journal.uin-lauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. “Metode Penelitian Sugiyono - 2015.Pdf.” : 346.