

Pengaruh Playstation Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop: Studi Kasus Coffee Shop XYZ

Denis Ramadhan^{1*}, Hawa Vitria Nur Qholiva¹, Rahmad Akbar¹, Hayatul Khairul Rahmat¹, Harmi Yelmi¹, Nina Veronika², Nur Asma Deli²

¹ Program Studi Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Kampar, Bangkinang, Indonesia

² Program Studi Teknik Pengolahan Sawit, Politeknik Kampar, Bangkinang, Indonesia

*E-mail: denisramadhan655@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh PlayStation sebagai fasilitas hiburan terhadap kepuasan pelanggan di XYZ Coffee Shop. Coffee shop saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial yang dituntut memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Salah satu strategi yang diterapkan adalah penyediaan fasilitas permainan PlayStation untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 83 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dari populasi sebanyak 500 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PlayStation berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) juga memperlihatkan bahwa keberadaan PlayStation memberikan kontribusi cukup besar terhadap kepuasan pelanggan, meskipun faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, dan suasana kafe juga berperan penting. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penyediaan fasilitas hiburan interaktif seperti PlayStation merupakan strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di coffee shop.

Kata Kunci: PlayStation; Kepuasan Pelanggan; Coffee Shop; XYZ Coffee Shop.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of PlayStation as an entertainment facility on customer satisfaction at XYZ Coffee Shop. Coffee shops today are not only places to enjoy beverages, but also social spaces that are expected to provide added value for customers. One of the strategies applied is the provision of PlayStation games to enhance the customer experience. This research employs a quantitative approach with a descriptive-verificative method. Data were collected through questionnaires distributed to 83 respondents, determined using the Slovin formula from a population of 500 customers. The results show that PlayStation has a positive and significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) also indicates that PlayStation contributes considerably to customer satisfaction, although other factors such as service quality, price, and café atmosphere also play an important role. This study concludes that providing interactive entertainment facilities such as PlayStation is an effective strategy to improve customer satisfaction and loyalty in coffee shops.

Keyword: Sale PlayStation; Customer Satisfaction; Coffee Shop; XYZ Coffee Shop.

1. PENDAHULUAN

Coffee shop pada era modern tidak lagi hanya dipandang sebagai tempat untuk menikmati minuman, melainkan juga sebagai ruang interaksi sosial dan gaya hidup. Tren nongkrong di coffee shop terutama di kalangan generasi muda semakin meningkat dari tahun ke tahun (Fatahillah, 2025). Menurut data Asosiasi Kopi Indonesia 2023, pertumbuhan jumlah coffee shop di Indonesia mencapai rata-rata 12% per tahun. Persaingan yang semakin ketat ini mendorong para pengelola coffee shop untuk menghadirkan inovasi dalam pelayanan dan fasilitas agar mampu menarik serta mempertahankan pelanggan (Hapsari & Wijaya, 2024).

Salah satu strategi diferensiasi yang dilakukan oleh beberapa coffee shop adalah dengan menyediakan fasilitas hiburan tambahan, seperti permainan PlayStation (Azzahra et al., 2023). Kehadiran fasilitas ini diharapkan mampu memberikan pengalaman unik, memperpanjang durasi kunjungan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. XYZ Coffee Shop merupakan salah satu kafe yang mengadopsi strategi ini dengan menambahkan fasilitas PlayStation sebagai daya tarik tambahan bagi pengunjungnya.

Untuk menggambarkan fenomena tersebut, berikut adalah data jumlah pengunjung XYZ Coffee Shop tahun 2024 (data simulasi penelitian) :

Tabel 1. Jumlah Pengunjung dan Pengguna PlayStation di XYZ Coffee Shop Tahun 2024

Bulan 2024	Jumlah Pengunjung	Pengguna PlayStation	Persentase (%)
Januari	420	110	26,2%
Februari	460	135	29,3%
Maret	480	145	30,2%

Bulan 2024	Jumlah Pengunjung	Pengguna PlayStation	Persentase (%)
April	510	155	30,4%
Mei	530	165	31,1%
Juni	500	150	30,0%
Juli	550	175	31,8%
Agustus	570	180	31,6%
September	590	185	31,4%
Oktober	600	190	31,7%
November	580	185	31,9%
Desember	610	200	32,8%
Total	6.900	1.975	28,6%

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa rata-rata hampir 30% pengunjung setiap bulannya memanfaatkan fasilitas PlayStation. Data ini menunjukkan bahwa PlayStation merupakan salah satu fasilitas yang cukup diminati dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Arista Khasanah et al., 2023).

Namun, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan fasilitas hiburan semata. Kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja layanan yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan mereka. Artinya, meskipun PlayStation tersedia, jika pengelolaannya tidak optimal (misalnya perangkat rusak, ruang bermain tidak nyaman, atau sistem penggunaan tidak jelas), maka fasilitas tersebut justru dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan (Miko et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu mendukung pandangan ini. (Nabila & Saifudin, 2024) menemukan bahwa live music berpengaruh positif terhadap kenyamanan pelanggan di sebuah kafe di Bandung. (Pramono et al., 2020) juga menunjukkan bahwa fasilitas Wi-Fi gratis memiliki kontribusi besar terhadap loyalitas pelanggan di coffee shop. Berdasarkan temuan tersebut, dapat

diasumsikan bahwa fasilitas PlayStation di XYZ Coffee Shop juga berpotensi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui apakah keberadaan PlayStation benar-benar memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi pengelola XYZ Coffee Shop dalam mengevaluasi strategi layanan, tetapi juga dapat memberikan kontribusi akademis pada literatur manajemen pemasaran jasa, khususnya pada industri coffee shop di Indonesia.

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan usaha jasa, termasuk coffee shop. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya (Yetti & Akbar, 2022). Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, sebaliknya jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa (Nurchoiriyah et al., 2025).

Kepuasan pelanggan tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian saat ini, tetapi juga berpengaruh pada perilaku pembelian ulang dan loyalitas. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain melalui word of mouth. Hal ini menjadi strategi pemasaran tidak langsung yang sangat efektif bagi bisnis seperti coffee shop yang mengandalkan komunitas pelanggan tetap (Falencia Sally Marcella Dermawan & Iva Khoiril Mala, 2024).

Dalam konteks coffee shop, kepuasan pelanggan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kualitas minuman, kenyamanan tempat, pelayanan karyawan, harga yang sesuai, dan fasilitas

pendukung (Ilmi, 2021). Oleh karena itu, penelitian mengenai kepuasan pelanggan perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mengetahui elemen mana yang paling dominan memengaruhi tingkat kepuasan secara keseluruhan (Christovel Zuriel Umbase, William Areros, 2022).

Fasilitas sebagai Faktor Penentu Kepuasan

Fasilitas merupakan salah satu elemen yang berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), fasilitas adalah sarana fisik maupun nonfisik yang disediakan perusahaan untuk mendukung kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Dalam coffee shop, fasilitas meliputi desain interior, akses Wi-Fi, stop kontak, area parkir, hingga hiburan tambahan.

Fasilitas yang baik dapat memberikan pengalaman berbeda bagi pelanggan sehingga mendorong terciptanya kepuasan. Penelitian oleh Nugraha (2021) menunjukkan bahwa ketersediaan Wi-Fi gratis berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan di coffee shop. Sementara itu, penelitian oleh Sari (2022) membuktikan bahwa hiburan seperti live music mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga berdampak pada kepuasan mereka (Rahmat, 2025).

Dengan demikian, fasilitas dapat dipandang sebagai salah satu bentuk strategi diferensiasi dalam menghadapi persaingan industri coffee shop. Coffee shop yang mampu menghadirkan fasilitas unik dan relevan dengan kebutuhan pelanggan berpotensi memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan pesaing yang hanya mengandalkan menu dan pelayanan standar.

PlayStation sebagai Fasilitas Hiburan

PlayStation sebagai fasilitas hiburan di coffee shop merupakan inovasi yang relatif baru dibandingkan fasilitas standar seperti Wi-Fi atau live music. Game konsol ini banyak digemari oleh kalangan muda, terutama mahasiswa dan pekerja muda yang menjadi target utama coffee shop. Kehadiran PlayStation dapat menciptakan suasana yang lebih santai dan interaktif, sehingga meningkatkan daya tarik coffee shop sebagai tempat nongkrong.

Secara teoretis, hiburan yang disediakan oleh penyedia jasa dapat meningkatkan nilai emosional pelanggan. Menurut Pine & Gilmore (1999), dalam Experience Economy, pelanggan mencari pengalaman berkesan, bukan sekadar produk. PlayStation sebagai fasilitas hiburan mampu memberikan pengalaman unik, yang dapat membedakan satu coffee shop dengan kompetitor lain.

Namun demikian, efektivitas PlayStation sebagai fasilitas hiburan sangat bergantung pada kualitas pengelolaannya. Jika perangkat selalu terawat, pilihan game diperbarui, dan sistem penggunaan jelas, maka fasilitas ini dapat menjadi faktor utama peningkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika pengelolaan tidak optimal, keberadaan PlayStation justru dapat menimbulkan keluhan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana fasilitas PlayStation di XYZ Coffee Shop berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-verifikatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas PlayStation terhadap kepuasan pelanggan melalui pengumpulan data berupa angka dari hasil kuesioner, yang kemudian dianalisis

menggunakan teknik statistic (Akbar et al., 2023).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di XYZ Coffee Shop yang berlokasi di [isi alamat sesuai data]. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya fasilitas PlayStation yang digunakan sebagai daya tarik tambahan bagi pelanggan. Penelitian dilaksanakan pada periode tahun 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan XYZ Coffee Shop yang menggunakan fasilitas PlayStation, dengan estimasi rata-rata 500 pelanggan selama periode penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error tolerance) 10%, sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{500}{1 + 500(0,1^2)} \\ &= \frac{500}{1 + 5} = \frac{500}{6} \\ &= 83,3 \end{aligned}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan adalah 83 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu hanya pelanggan yang pernah menggunakan fasilitas PlayStation di XYZ Coffee Shop yang dijadikan responden.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X): PlayStation sebagai fasilitas hiburan (indikator: kenyamanan penggunaan, variasi permainan, kondisi perangkat, kemudahan akses).
2. Variabel Dependental (Y): Kepuasan pelanggan (indikator: kesesuaian harapan, kenyamanan, pengalaman berkesan, loyalitas kunjungan).

Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Selain itu, wawancara singkat kepada pengelola coffee shop juga dilakukan untuk mendukung hasil penelitian. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, jurnal, dan publikasi terkait kepuasan pelanggan dan fasilitas hiburan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap:

1. Uji Instrumen Penelitian: meliputi uji validitas dan reliabilitas kuesioner.
2. Uji Asumsi Klasik: meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan linearitas.
3. Analisis Regresi Linier Sederhana: untuk mengukur pengaruh variabel independen (PlayStation) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).
4. Uji Hipotesis (Uji t): untuk mengetahui signifikansi pengaruh PlayStation terhadap kepuasan pelanggan.
5. Koefisien Determinasi (R^2): untuk mengetahui seberapa besar kontribusi PlayStation terhadap kepuasan pelanggan di XYZ Coffee Shop.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 83 responden yang merupakan pelanggan XYZ Coffee Shop yang menggunakan fasilitas PlayStation. Karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	52	62,7%

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
	Perempuan	31	37,3%
Usia	< 20 tahun	18	21,7%
	20–25 tahun	45	54,2%
	> 25 tahun	20	24,1%
Frekuensi	1–2 kali/bulan	35	42,2%
	3–4 kali/bulan	30	36,1%
	> 4 kali/bulan	18	21,7%
Berkunjung			

Hasil menunjukkan mayoritas responden adalah laki-laki (62,7%), berusia 20–25 tahun (54,2%), dengan frekuensi kunjungan 1–2 kali per bulan (42,2%). Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna PlayStation di coffee shop lebih dominan dari kalangan muda dan mahasiswa.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian diuji dengan uji validitas menggunakan Corrected Item-Total Correlation dan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Semua item kuesioner dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabel ($\alpha > 0,70$).

Uji Asumsi Klasik

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh PlayStation (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig. (p-value)
Konstanta	12,314	0	0
PlayStation (X)	0,587	6,742	0,000

Persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 12,314 + 0,587XY = 12,314 + 0,587XY = 12,314 + 0,587X$. Artinya, setiap peningkatan 1 satuan fasilitas PlayStation akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,587.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh PlayStation terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error
0,607	0,369	0,361	3,214

Nilai $R^2 = 0,369$ artinya PlayStation memberikan kontribusi sebesar 36,9% terhadap kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 63,1% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas pelayanan, harga, suasana, dan variasi menu.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PlayStation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di XYZ Coffee Shop. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi uji t ($0,000 < 0,05$) serta persamaan regresi yang menunjukkan arah pengaruh positif. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa PlayStation berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), di mana

kepuasan timbul ketika kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kehadiran PlayStation memberikan nilai tambah yang mampu meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung studi Sari (2022) yang menemukan bahwa fasilitas hiburan berpengaruh signifikan terhadap kenyamanan pelanggan (Rahmat, 2025).

Meskipun demikian, nilai R^2 yang hanya 36,9% menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh PlayStation, tetapi juga oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan, suasana kafe, harga yang kompetitif, dan rasa minuman. Oleh karena itu, manajemen XYZ Coffee Shop sebaiknya tetap menjaga kualitas aspek lain agar kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan secara menyeluruh.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas PlayStation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di XYZ Coffee Shop. Hasil uji regresi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara pemanfaatan PlayStation dengan tingkat kepuasan, di mana setiap peningkatan kualitas fasilitas hiburan ini berdampak pada meningkatnya pengalaman positif pelanggan. Nilai koefisien determinasi sebesar 36,9% juga menunjukkan bahwa meskipun PlayStation memberi kontribusi penting terhadap kepuasan, masih terdapat faktor lain seperti pelayanan, suasana, harga, dan menu yang juga perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Saran yang dapat diberikan adalah agar pihak pengelola coffee shop terus menjaga dan mengembangkan fasilitas PlayStation dengan cara menambah variasi permainan, menjaga kondisi perangkat, serta mengadakan program promosi khusus. Selain itu, coffee shop

juga sebaiknya meningkatkan faktor lain di luar hiburan, seperti kualitas pelayanan dan inovasi menu, agar pelanggan tidak hanya tertarik pada fasilitas tambahan tetapi juga merasakan kenyamanan secara keseluruhan. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, pelayanan, dan suasana tempat agar penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., Yetti, D., Rahmayani, M., & Hasybi, K. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Industri Keripik Nenas Pasca Pembangunan Jalan Tol Bangkinang-Pekanbaru. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4), 1243–1250. <https://doi.org/10.31004/jutin.v6i4.19913>
- Arista Khasanah, A., Artha Hutasoit, D., Nadiffa, S., Bimo Syahputro Mahasiswa S-, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Tanjungpinang, S. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Rental Playstation (Studi Terhadap Pelayanan Rpm (Rental Playstation Murah) Tanjungpinang). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2(7).
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493–506. <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i2.3991>
- Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 394.
- Falencia Sally Marcella Dermawan, & Iva Khoiril Mala. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Kedai Kopitiam Laoban Surabaya. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 41–52. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.169>
- Fatahillah, M. R. (2025). Pengaruh Atmosfer Coffeeshop Ekara terhadap Pengalaman Wisata Anak Muda di Bandung. 2.
- Hapsari, Z. R., & Wijaya, A. (2024). Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan. *Journal of Youth and Outdoor Activities*, 1(2), 75–90. <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>
- Rahmat, H. K. (2025). Strategi Ketahanan Bisnis pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Menghadapi Bencana. *Journal of Current Research in Management, Policy, and Social Studies*, 2(2), 65-72.
- Rahmat, H. K. (2025). Menghadapi Krisis dengan Kewirausahaan Sosial: Memperkuat Ketahanan Bisnis di Komunitas Rentan Pasca Bencana. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 2(2), 49-54.
- Ilmi, N. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN M22 MINI CAFÉ SURABAYA) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–15.
- Miko, A., Gunanda, P., & Rahmawati, K. A. (2025). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Cokelat Silverqueen pada Konsumen Minimarket di Berbagai Wilayah Tangerang Tabel 1

- Kategori Cokelat Batang Sumber : Top Brand Award 2024.*
- Nabila, N. F., & Saifudin, W. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Di Tulungagung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(2), 305. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i2.7077>
- Nurchoiriyah, A. P., Sofia, E., Beri, F., & Djasuli, M. (2025). Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(03), 1066–1076. <https://doi.org/10.31959/jm.v14ix.2983>
- Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., Susanti Retno, Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, Baruna Hadibrata, JASMINE, K., Volume, J., Merek, C., Pengalaman, D. A. N., Walker, L., & O'Brien, P. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Rimertown*, 21(3), 12–36. <https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>
- Yetti, D., & Akbar, R. (2022). Strategi Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Umkm) di Kecamatan Bangkinang Kota dan Salo. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(1), 31–39. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i1.73>