

PENGARUH PROGRAM *MEMBER CARD* DAN KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER CARE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT SOLO SWA LESTARI

Syawaluddin Rosyid¹, Safitri Nurhidayati², Dandy Ahmad Drajat³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Berau

syawalrosyid8@gmail.com

safitri.n091183@gmail.com

dandyahmaddrajat@gmail.com

DOI 10.35915/cj.v8i1

Received : Mei 2, 2024. Revised: 30 Mei 2024, Accepted April 12, 2024

ABSTRACT

In this research the author used multiple linear regression analysis tools. Based on the research results, it can be seen that there is a significant, strong and positive influence between the Member Card Program and Customer Care Service Quality on Loyalty as indicated by the coefficient of determination (R^2) of 0.801 or 80.1%. This means that the Member Card Program and Customer Care Service Quality on Loyalty is 80.1% while the remaining 19.9% is influenced by other factors. Thus, the hypothesis put forward can be accepted.

Keywords: member card program, customer care service quality, loyalty

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, kuat dan positif antara Program *Member Card* dan Kualitas Pelayanan *Customer Care* Terhadap Loyalitas yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,801 atau 80,1% %. Hal ini berarti bahwa antara Program *Member Card* dan Kualitas Pelayanan *Customer Care* Terhadap Loyalitas sebesar 80,1 % sedangkan sisanya sebesar 19,9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian bahwa hipotesis yang dikemukakan dapat diterima.

Kata kunci : program member card, kualitas pelayanan customer care, loyalitas

Latar Belakang Penelitian

Program *Customer Relationship Management* (CRM) dalam bentuk member card adalah kartu keanggotaan pelanggan yang disediakan untuk memungkinkan pelanggan menerima diskon produk, hadiah gratis, dan berbagai layanan khusus. Member card berisi identitas pelanggan yang dibuat oleh perusahaan untuk membangun dan lebih dekat dengan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membuat pelanggan merasa istimewa.

Bagi para pelaku bisnis ritel memahami perilaku konsumen adalah hal yang sangat penting guna membangun hubungan dan opini positif oleh konsumen. Salah satu program dari perusahaan yang berinteraksi langsung dengan konsumen yang relatif insentif adalah *Customer Care*. Tujuan utama terbentuknya program ini adalah sebagai jembatan untuk membangun hubungan baik serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pihak perusahaan. Sehingga muncul tanggapan citra perusahaan tergantung bagaimana pelayanan dari *Customer Care/Service* dalam berhubungan dengan para konsumen. program ini memiliki strategi untuk memenangkan hati konsumen diantaranya dengan cepat dalam penanganan keluhan konsumen, memberikan informasi jelas kepada konsumen, dan melayani sesuai harapan konsumen. Dalam program ini kualitas pelayanan yang akan menjadi senjata utama untuk mempertahankan hati konsumen.

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:146), manajemen pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

A. Program Member Card

Kotler dan Armstrong (2004, pp. 16-23), customer relationship management merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyediaan pelayanan yang bernilai dan yang memuaskan mereka. Secara garis besar, perusahaan dapat mengembangkan hubungan dengan pelanggannya melalui tiga pendekatan, yaitu

- 1) manfaat finansial (financial benefit)
- 2) manfaat sosial (social benefit) dan
- 3) ikatan struktural

Indikator Loyalitas

Kepuasan pemegang member card yang ditunjukkan dengan beberapa indikator yaitu:

- 1) Manfaat yang diperoleh dari member card.
- 2) Manfaat pelayanan yang lebih oleh karyawan sejak konsumen atau pelanggan mempunyai member card.
- 3) Mempunyai ikatan hubungan sosial dengan karyawan.
- 4) Mendapatkan banyak penawaran sejak konsumen atau pelanggan memiliki member card

B. Kualitas Pelayanan *Customer Care*

Menurut Kotler dalam Arviantama et. Al., (2017) kualitas pelayanan adalah semua tindakan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya bisa atau tidak dikaitkan dengan satu produk fisik.

Indikator Kualitas Pelayanan *Customer Care*

Menurut Tjiptono (2011) dalam Syahputra (2020) yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan antara lain:

1. Bukti Fisik (Tangibles)
2. Keandalan (Reliability)
3. Daya Tanggap (Responsiveness)
4. Jaminan (Assurance)
5. Empati (Emphaty)

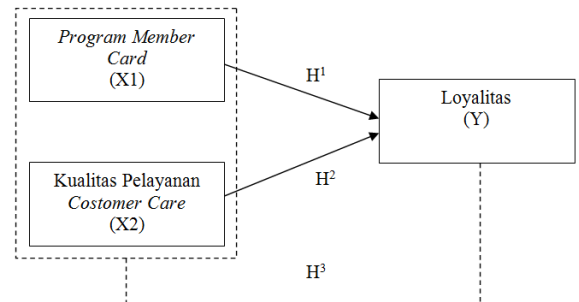
KAJIAN EMPIRIS

Zunika Prasiska (2023) dengan judul penelitian : “Pengaruh Program Membership Card Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Minimarket Assanda Kudus) Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Program Membership Card dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Minimarket Assanda Kudus.

Cory devida (2011) dengan judul penelitian : “pengaruh program *member card* terhadap loyalitas pelanggan pada distro substance padang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *membership card* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa *membership card* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada distro substance padang.

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian



Hipotesis

H1 = Diduga Program *Member Card* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT Solo Swa

H2 = Diduga Kualitas Pelayanan *Customer Care* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT Solo Swa

H3 = Diduga Program *Member Card* dan Kualitas Pelayanan *Customer Care* secara stimulan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen PT Solo Swa

Metodologi Penelitian

Populasi Dan Sampel

Populasi yang akan menjadi sample adalah pelanggan yang memiliki kartu *member card* soloswa lestari yang berdomisili di Kecamatan Tanjung Redeb, Solo Swa memiliki daftar pelanggan yang menggunakan kartu tersebut, maka jumlah populasi dari data tersebut adalah 2.507 pelanggan

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *slovin* yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel
 N : Ukuran Populasi
 l : Konstanta
 e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) (Riduwan, 2015:65)

Penentuan jumlah sample dari jumlah populasi 2.507 orang dengan menggunakan rumus di atas adalah :

$$n = \frac{2.507}{1 + (2.507 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{2.507}{1 + (2.507 \times 0,01)}$$

$$n = 96,16$$

Jadi sesuai perhitungan di atas jumlah sample penelitian ini sebanyak 96 sample.

ANALISIS Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrument pernyataan yang digunakan dalam kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Dalam melakukan uji validitas, penulis menggunakan aplikasi *SPSS version 25*. Dengan menggunakan taraf signifikansi 10% dan $n = 96$ berdasarkan R tabel untuk $df = n - 2 = 96 - 2$ dengan taraf signifikansi 10% untuk $df = n - 2 = 94$ memiliki nilai 0.1689.

Tabel 2. Uji Validasi Program Member Card (X1)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,859	0.1689	Valid
Pernyataan 2	0,710	0.1689	Valid
Pernyataan 3	0,675	0.1689	Valid
Pernyataan 4	0,817	0.1689	Valid

Sumber : *SPSS Version 25*

Tabel 3. Uji Validasi Kualitas Pelayanan Customer Care (X2)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,788	0.1689	Valid
Pernyataan 2	0,804	0.1689	Valid
Pernyataan 3	0,877	0.1689	Valid

Pernyataan 4	.0,816	0.1689	Valid
Pernyataan 5	0,847	0.1689	Valid

Sumber : *SPSS Version 25*

Tabel 4. Uji Validasi Loyalitas Konsumen (Y)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,875	0.1689	Valid
Pernyataan 2	0,901	0.1689	Valid
Pernyataan 3	0,861	0.1689	Valid
Pernyataan 4	0,842	0.1689	Valid
Pernyataan 5	0,938	0.1689	Valid

Sumber : *SPSS Version 25*

Dapat diketahui dari tabel di atas bahwa nilai rhitung pada semua item pernyataan yang diperoleh lebih besar dari pada nilai rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang mengukur variabel program *member card*, kualitas pelayanan *customer care* dan Loyalitas Konsumen telah memenuhi syarat validitas.

Uji Reliabilitas

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2018:46), yaitu jika koefisien cronbach alpha $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Tabel 6 Uji Reabilitas Variabel

Variabel	Kofisien Reabilitas	Cronbach' Alpha	Keterangan
Program member card (X1)	0,70	0,867	Reliable
Kualitas pelayanan customer care (X2)	0,70	0,910	Reliable
Loyalitas Konsumen (Y)	0,70	0,955	Reliable

Sumber : *SPSS Version 25*

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.468	1.111		-.421	.675
	PMC	.344	.121	.232	2.836	.006
	Kualitas Pelayanan	.718	.084	.695	8.506	.000

Sumber : SPSS Version 25

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -468 + 0,344 X_1 + 0,718 X_2$$

Konfisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary		
R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.801	.797	2.022

Sumber : SPSS Version 25

Dari tabel diatas diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,801 artinya variabel program *member card* dan kualitas pelayanan *customer care* memiliki hubungan sebesar 80,1% terhadap loyalitas konsumen PT. Solo Swa Lestari, sedangkan sisanya 19,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti, promo dan lokasi.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1533.939	2	766.970	187.599	.000 ^b
	Residual	380.217	93	4.088		
	Total	1914.156	95			

Sumber : SPSS Version 25

Uji F dengan taraf signifikansi 10%, berdasarkan tabel diatas nilai Fhitung adalah 187,599 dan nilai Ftabel 2,36 Df 1 = k-1 jadi 3-1 = 2 , DF 2 = n – k jadi 96 – 3 = 93 Maka dapat ditentukan bahwa Fhitung > Ftabel atau 187,599 > 3,09. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel program *member card* dan kualitas pelayanan *customer care* secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas konsumen pada PT. Solo Swa Lestari.

Uji t (Uji Parsial)

a. Menentukan T tabel

DF = n-k = 96 – 3 = 93, maka di tentukan nilai T tabel adalah 1.291

b. Membandingkan T tabel dan T hitung

Jika Thitung > Ttabel, maka berpengaruh, namun jika Thitung < Ttabel, maka tidak berpengaruh. Berdasarkan hal tersebut, maka :

1) Pengaruh variabel program *member card* terhadap loyalitas konsumen berdasarkan nilai T hitung adalah 2.836. dengan demikian dapat di tentukan T htiugn > T tabel atau 2,836 > 1,661. Maka artinya program *member card* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Solo Swa Lestari.

2) Pengaruh variabel kualitas pelayanan *customer care* terhadap loyalitas konsumen berdasarkan nilai T hitung adalah 2.836. dengan demikian dapat di tentukan T htiugn > T tabel atau 8,506 > 1,661. Maka artinya

kualitas pelayanan *customer care* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. Solo Swa Lestari.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Program *Member Card* Terhadap Loyalitas Konsumen

Nilai koefisien regresi variabel program *member card* (X_1) sangat kuat. Hal tersebut berarti bahwa antara Program *Member Card* dan Loyalitas Konsumen PT. Solo Swa Lestari memiliki hubungan sangat kuat.

Hasil Uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikan Program *member card* sebesar 0,006 Nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05). Nilai thitung yang didapat 2,836 dan t tabel yang didapat 1,661. Nilai T hitung lebih besar dari nilai T tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. , menunjukkan bahwa variabel program *member card* secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Solo Swa Lestari. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Serly Wijaya dan Sienny Thio (2008) berjudul *Membership Card* dan pengaruhnya dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan restoran di Surabaya.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Care* Terhadap Loyalitas Konsumen

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan *customer care* (X_2) sangat kuat. Hal tersebut berarti bahwa antara Kualitas Pelayanan *Customer*

Care dan Loyalitas Konsumen PT. Solo Swa Lestari memiliki hubungan sangat kuat.

Hasil Uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikan 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05). Nilai Thitung yang didapat 8,506 dan T tabel yang didapat 1,661. Nilai thitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan *customer care* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT Solo Swa Lestari. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Aris Irnandha (2016) berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta).

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan program *member card* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen PT. Solo Swa Lestari.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kualitas pelayanan *customer care* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen PT. Solo Swa Lestari.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan program *member card* dan kualitas pelayanan *customer care* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen PT. Solo Swa Lestari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhicandra, I., Nurhidayati, S., & Fauzan, T. R. (2024). Optimization of Hospital Queue Management Using Priority Queue Algorithm and Reinforcement Learning for Emergency Service Prioritization. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(2), 512–522. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i2.2772>
- Adhicandra, I., Nurhidayati, S., & Fauzan, T. R. (2024). Optimization of Hospital Queue Management Using Priority Queue Algorithm and Reinforcement Learning for Emergency Service Prioritization. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(2), 512–522. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i2.2772>
- Adi Purwanto dan Suriansyah STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb, S., & Timur, K. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN TAMBANG BATU BARA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KAMPUNG PEGAT BUKUR. In *Change Agent For Management Journal* (Vol. 1, Issue 1).
- Adi Purwanto dan Suriansyah STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb, S., & Timur, K. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN TAMBANG BATU BARA TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KAMPUNG PEGAT BUKUR. In *Change Agent For Management Journal* (Vol. 1, Issue 1).
- Akbar, R., Ponten, S., Florenta Butarbutar, D., Dani, R., Agus Tya Ningsih, A., Silalahi, E., Nurhidayati, S., Yuliani, rifah, & Agustya Ningrum, D. (2023a). *Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan)* PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.
- Akbar, R., Ponten, S., Florenta Butarbutar, D., Dani, R., Agus Tya Ningsih, A., Silalahi, E., Nurhidayati, S., Yuliani, rifah, & Agustya Ningrum, D. (2023b). *Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan)* PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.
- Akbar, R., Ponten, S., Florenta Butarbutar, D., Dani, R., Agus Tya Ningsih, A., Silalahi, E., Nurhidayati, S., Yuliani, rifah, & Agustya Ningrum, D. (2023a). *Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan)* PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.
- Akbar, R., Ponten, S., Florenta Butarbutar, D., Dani, R., Agus Tya Ningsih, A., Silalahi, E., Nurhidayati, S., Yuliani, rifah, & Agustya Ningrum, D. (2023b). *Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan)* PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.
- BUKU AJAR ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Perilaku yang Dilarang dalam Bisnis dengan Landasan Islam. (n.d.). www.freepik.com
- BUKU AJAR ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Perilaku yang Dilarang dalam Bisnis dengan Landasan Islam. (n.d.). www.freepik.com

- Devide Cory, 2011 Pengaruh Program *Member Card* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Distro Substance Padang. *Skripsi*, Universitas Andalas
 eai.21-9-2019.2293958. (n.d.).
 eai.21-9-2019.2293958. (n.d.).
- Fadelan, N., Tinggi, S., Muhammadiyah, I. E., & Redeb, T. (2020). PENERAPAN METODE EOQ (ECONOMIC ORDER QUANTITY) SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN PERSEDIAAN PAKAN AYAM PADA CV BERAU SATWA DI TANJUNG REDEB. In *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)* (Vol. 93, Issue 2). Online.
- Fadelan, N., Tinggi, S., Muhammadiyah, I. E., & Redeb, T. (2020). PENERAPAN METODE EOQ (ECONOMIC ORDER QUANTITY) SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN PERSEDIAAN PAKAN AYAM PADA CV BERAU SATWA DI TANJUNG REDEB. In *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)* (Vol. 93, Issue 2). Online.
- Haryono Guru Besar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, S., & Rosady, F. (2017). PENGARUH KECERDASAN EMOSI DAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA PERAWAT TEMPORER DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *Desember: Vol. I (Issue 2)*.
- Haryono Guru Besar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, S., & Rosady, F. (2017). PENGARUH KECERDASAN EMOSI DAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA PERAWAT TEMPORER DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. In *Desember: Vol. I (Issue 2)*. Jakarta.
- Kinerja Keuangan Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Telekomunikasi di Bursa Efek Indonsia Ma, P., Yuliani, rifah, & Muhammadiyah Tanjung Redeb, S. (2020). *Change Agent For Management Journal. Change Agent For Management Journal (CAM)*, 4(2), 30–43. <https://doi.org/10.35915/cj.v4i2.50>
- Kinerja Keuangan Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Telekomunikasi di Bursa Efek Indonsia Ma, P., Yuliani, rifah, & Muhammadiyah Tanjung Redeb, S. (2020). *Change Agent For Management Journal. Change Agent For Management Journal (CAM)*, 4(2), 30–43. <https://doi.org/10.35915/cj.v4i2.50>
- Konsep_Divisi_Ekonomi_Masjid_Berbasis_Te. (n.d.).
Konsep_Divisi_Ekonomi_Masjid_Berbasis_Te. (n.d.).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2. Indeks,
- Kristanto, R., & Adi Purwanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Tanjung Redeb, S. (2017). PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA CV FORTUNA MANDIRI DI KABUPATEN

- BERAU oleh. In *Change Agent For Management Journal* (Vol. 1, Issue Oktober).
- Kristanto, R., & Adi Purwanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Tanjung Redeb, S. (2017). PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT PADA CV FORTUNA MANDIRI DI KABUPATEN BERAU oleh. In *Change Agent For Management Journal* (Vol. 1, Issue Oktober).
- Maria, Y., & Bayu, M. (n.d.). Building a K3 Culture in Realizing Zero Accident & Zero Environmental Complaint.
- Merlengen, R., Nur, S., Sekolah, H., Ilmu, T., & Muhammadiyah, E. (2018). ANALISIS TINGKAT PERPUTARAN PIUTANG PADA PT FIFGROUP CABANG TANJUNG REDEB. In *Accountia; Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal* (Vol. 2, Issue 1). *Modern*. Salemba Empat, Jakarta.
- Munawaroh, S., & Nurhidayati, S. (n.d.). Proceeding International Conference on Economic Business Management, and Accounting (ICOEMA)-2022 Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi ASSESSING THE PERFORMANCE OF THE PROPERTY AND REAL ESTATE COMPANIES. www.idx.co.id
- Nurhidayati, S. (2022). ANALISIS LAPORAN ARUS KAS PADA KOPERASI PEGAWAI REPUBLIK INDONESIA BATIWAKKAL TANJUNG REDEB KABUPATEN BERAU. In *Accountia Journal* (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal) (Vol. 64, Issue 1). Online.
- Nurhidayati, S., & Rahmawati, Y. (2018). MENGGUNAKAN SISTEM SAP (SYSTEM APPLICATION AND PRODUCT IN DATA PROCESSING) DAN PERBANDINGANNYA DENGAN SISTEM MANUAL. *Accountia; Accounting, Trusted, Inspiring, Authentic Journal*, 2(2).
- Nurhidayati, S., Muhammadiyah, S., & Redeb, T. (2019). SELISIH BIAYA PRODUKSI SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN MANAJEMEN PT INDO PUSAKA BERAU. In *Accountia Journal* (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal) (Vol. 397, Issue 2). Online.
- Philip Kotler dan Michael Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta : PT Macanan Jaya Cemerlang
- Philip Kotler, 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Purwanto, S. A., & Jafrie, M. (n.d.). Proceeding International Conference on Economic Business Management, and Accounting (ICOEMA)-2022 Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi BUMK AS A GROWTH CENTER FOR EMPOWERMENT VILLAGE POTENTIAL IN DEVELOPMENT OF GREEN ECONOMY IN LABANAN MAKARTI VILLAGE BERAU REGENCY.
- Ratnasari, W. (n.d.). ANALYSIS OF GREEN ECONOMY AND BLUE ECONOMY IMPLEMENTATION

- TO IMPROVE SMEs AND SUSTAINABLE CREATIVE ECONOMY IN BERAU DISTRICT.
- Ratnasari, W., & Bayu, M. (n.d.). The Effect Of Competitive Advantage, Digital Marketing On Supply Chain Management On Tourism Business Performance In Indonesia.
- Ratnasari, W., Tinggi, S., Muhammadiyah, I. E., & Redeb, T. (n.d.). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG KAIN PASAR SANGGAM ADJI DIAYAS TANJUNG REDEB.
- Ridwan, A., Muzakir, U., & Nurhidayati, S. (2024). Optimizing E-commerce Inventory to prevent Stock Outs using the Random Forest Algorithm Approach. *International Journal Software Engineering and Computer Science (IJSECS)*, 4(1), 107–120. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i1.2326>
- Riky Alfredo. 2021 Pengaruh Pemberian Diskon Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelanggan Yang Memiliki Kartu Vip Chandra Super Store Tanjung Karang Bandar Lampung). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Roby Kurniawan. 2023 Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nanomart Di Tanjung Redeb. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Berau
- Rosady, F. (n.d.). Spiritual Intelligence In Cross Culture: A Systematic Literature Review And Research Agenda.
- Sayugo, O., Purwanto, A., Sulistiani, K., Tinggi, S., Muhammadiyah, I. E., & Redeb, T. (n.d.). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA CV BENGKEL BUNGA HARAPAN DI KABUPATEN BERAU.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Sugianto, B., & Fadelan, N. (n.d.). Proceeding International Conference on Economic Business Management, and Accounting (ICOEMA)-2022 Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi The Effect of Private Investment, Government Spending and Labor on Economic Growth in Berau Regency, East Kalimantan Province.
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Suharyadi dan Purwanto. 2012. *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan*
- Swastha, B., & Handoko, T. H. 2002. *Manajemen pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan*. Penerbit Liberty. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Syahputra, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Perum Pegadaian Cabang Bekasi Timur.

Jurnal Ekonomi Dan Industri,
21(2), 80–92.

Syariah, F., Surakarta, I., & Rifah
Yuliani, M. '. (n.d.). Interpretasi
Hadis Nabi Larangan Dua Akad
dalam Satu Transaksi.

Yuliani, M., Tinggi, S.,
Muhammadiyah, I. E., & Redeb, T.
(n.d.). MANAJEMEN LEMBAGA
KEUANGAN NON BANK DANA
PENSIUN BERDASARKAN
PRINSIP SYARIAH.