

e-ISSN: 2963-0185, p-ISSN: 2963-0142

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>

Received: 03 Desember 2022, Revised: 21 Desember 2022, Publish: 01 Januari 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



## Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan

**Eric Hermawan**

Dosen Institut STIAM, Jakarta, email: [erichermawan493@gmail.com](mailto:erichermawan493@gmail.com)

Corresponding Author: Eric Hermawan

**Abstract:** *The Literature Review article on the Effect of Product Development on Customer Satisfaction and Corporate Image is a scientific article that aims to build a research hypothesis on the influence of variables to be used in further research, within the scope of Marketing Management science. The method of writing literature review articles is the library research method, which is sourced from online media such as Google Scholar, Mendeley, and other academic online media. The results of this study are: 1) Product Development has an effect on Customer Satisfaction; 2) Product Development has an effect on Corporate Image; and 3) Customer Satisfaction has an effect on Corporate Image. Apart from the exogenous variables that influence the endogenous variables, there are other factors including: Price, Product Quality, Service Quality and Place.*

**Keywords:** *Product Development, Customer Satisfaction, Corporate Image*

**Abstrak:** Artikel Literature Review Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan merupakan artikel ilmiah yang bertujuan membangun hipotesis riset pengaruh antar variabel yang akan digunakan dalam riset selanjutnya, dalam ruang lingkup ilmu Manajemen Pemasaran. Metode penulisan artikel literature review yaitu dengan metode *library research*, yang bersumber dari media online seperti *Google Scholar*, *Mendeley*, dan media online akademik lainnya. Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Citra Perusahaan; dan 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. Selain dari variabel exogen yang mempengaruhi variabel endogen, terdapat faktor lain diantaranya meliputi: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Tempat.

**Kata Kunci:** Pengembangan Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, keterbukaan akan perdagangan global kian luas. Semua pihak bebas terlibat dalam kegiatan perdagangan tersebut. Dari perdagangan tersebut akhirnya menimbulkan berbagai macam produk/ jasa yang ditawarkan kepada masyarakat luas. Mulai dari produk kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan barang mewah, dapat ditemukan dalam perdagangan bebas tersebut. Tentu sebagai pelaku usaha ikut terlibat sebagai tokoh yang memainkan peran dalam menawarkan produknya kepada konsumen. Namun di dalam pasar global tentu terdapat produk serupa yang ditawarkan oleh penjual atau kompetitor lain, bisa dengan harga jual lebih murah atau lebih mahal dan kualitas baik atau tidak baik. Produk dengan kualitas baik biasanya ditawarkan oleh penjualnya dengan harga tinggi, karena memiliki keandalan dan kegunaan yang baik. Tentu semua konsumen menginginkan produk dengan kualitas baik namun harga mampu dijangkau semua kalangan. Oleh karena itu pelaku usaha perlu menciptakan sebuah produk dengan kualitas baik namun harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Berdasarkan hal tersebut tim *research and development* harus berpikir untuk mengembangkan produk yang tengah dicari dan dibutuhkan konsumen.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Citra Perusahaan?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan?

## KAJIAN PUSTAKA

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa pada seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika Kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Ilhamalimy & Mahaputra, 2021). Kepuasan Pelanggan adalah respon pelanggan mengenai evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Hernikasari et al., 2022). Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan yaitu: Kesesuaian harga, minat beli kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Kepuasan Pelanggan telah diteliti oleh beberapa peneliti, antara lain: (Hernikasari et al., 2022), (Ilhamalimy & Mahaputra, 2021), (F. Saputra & Mahaputra, 2022b), (Widodo et al., 2020), (Bimaruci et al., 2020), (Maida et al., 2017), (Desfiandi et al., 2019).

### Citra Perusahaan

Citra Perusahaan merupakan hasil dari kumpulan proses dimana konsumen membandingkan berbagai atribut yang dimiliki oleh perusahaan, misalnya produk, harga, kualitas produk dan kualitas layanan (Flavian et al, 2005). Citra Perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas yang di komunikasikan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi. Indikator-indikator citra perusahaan, yaitu: Kepribadian, Reputasi, Nilai dan Identitas Perusahaan (Saktiani, 2015).

Citra Perusahaan telah diteliti oleh beberapa peneliti, antara lain: (Darwisyah et al., 2021), (Mulyani et al., 2020), (Sivaram et al., 2020), (Agussalim et al., 2016), (Sivaram et al., 2019), (Somad et al., 2021), (Ridwan et al., 2020a), (Ridwan et al., 2020b).

### Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk memberikan manfaat produk yang maksimal kepada konsumen. (Riyadi, 2020). Pengembangan produk merupakan proses mengubah sebuah produk sesuai dengan keinginan dan kehendak konsumen. Pengembangan produk merupakan kegiatan merubah design produk lama menjadi design produk baru guna memenuhi keinginan konsumen. Indikator pengembangan produk meliputi: 1) Kualitas produk; 2) Varian produk; dan 3) Gaya serta Design Produk. (Wijayanti et al., 2021)

Pengembangan Produk telah diteliti oleh beberapa peneliti, antara lain: (Saribu & Maranatha, 2020), (Panjaitan, 2017), (R. F. A. Saputra et al., 2021), (Yeni et al., 2019), (Larasati et al., 2018), (Elmi et al., 2016), (Widodo et al., 2017), (Widodo et al., 2020).

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

| No | Author (tahun)                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                        | Persamaan dengan penelitian ini                           | Perbedaan dengan penelitian ini                                                                                            |
|----|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | (M & Ali, 2017)                   | Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta                              | Membahas mengenai Kepuasan Pelanggan                      | Terdapat lokus penelitian yaitu di Giant Citra Raya Jakarta                                                                |
| 2  | (Handayani & Syarifudin, 22 C.E.) | Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Transportasi Gojek                                  | Membahas mengenai Kepuasan Konsumen atau Pelanggan        | Terdapat lokus penelitian yaitu pada Layanan Transportasi Gojek                                                            |
| 3  | (R. Putra, 2021)                  | Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran) | Membahas mengenai Kepuasan Pelanggan                      | Terdapat perbedaan pada variabel Pengembangan Produk, Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga |
| 4  | (Hernikasari et al., 2022)        | Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk                                                                      | Membahas mengenai Kepuasan Pelanggan                      | Terdapat perbedaan pada variabel Citra Perusahaan, Pengembangan produk dan Kualitas Produk                                 |
| 5  | (Wijayanti et al., 2021)          | Pengembangan Produk Lokal Purwahamba                                                                                                                    | Membahas mengenai Pengembangan Produk                     | Terdapat lokus penelitian yaitu di Purwahamba                                                                              |
| 6  | (Tjahjadi & Limakrisna, 2022)     | Model of Customer Satisfaction for Improving Customer Loyalty                                                                                           | Membahas mengenai Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan | Terdapat perbedaan pada variabel Pengembangan Produk                                                                       |

## METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel literature review yaitu dengan metode library research, yang bersumber dari media online seperti Google Scholar, Mendeley dan media online akademik lainnya. Dalam penelitian ini, kajian literature harus digunakan secara konsisten berdasarkan asumsi metodologi. Artinya kajian literature harus digunakan sehingga tidak menimbulkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada peneliti. Peneliti menggunakan metode kualitatif yaitu karena bersifat eksploratif (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka dan tabel penelitian terdahulu yang relevan, maka pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

Apabila pengembangan produk dapat diterapkan dan diimplementasikan dengan baik sesuai dengan indikatornya yaitu: 1) Kualitas produk; 2) Varian produk; dan 3) Gaya serta Design Produk, maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Pengembangan produk akan dilakukan mengikuti permintaan konsumen atau publik ataupun mengikuti perkembangan kondisi dari design produk itu sendiri. Pengembangan produk yang didasari karena perubahan design yaitu bertujuan untuk merubah tampilan produk menjadi lebih menarik dan *fresh*. Dan pengembangan produk karena permintaan konsumen merupakan pengembangan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan atau menyesuaikan kebutuhan konsumen terhadap produk yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk tentunya akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan, karena apa yang mereka butuhkan dan inginkan dapat capai dan diwujudkan oleh perusahaan atau produsen.

Pengembangan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Maharani & Saputra, 2021), (Sudiantini & Saputra, 2022).

### 2. Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Citra Perusahaan.

Jika pengembangan produk dapat dilakukan dengan baik, misalnya dengan metode *Quality Function Deployment*, maka akan tercapai kepuasan pelanggan sehingga berpengaruh terhadap citra perusahaan. Pelanggan yang puas akan produk dan pelayanan yang telah mereka gunakan, mereka akan merekomendasikan serta memungkinkan melakukan pembelian ulang di perusahaan tersebut. Dengan adanya kepercayaan dan loyalitas konsumen, maka akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Umpan balik yang diberikan oleh konsumen dapat menarik dan membuat konsumen yakin akan produk yang perusahaan miliki. Oleh karena itu pengembangan produk harus dilakukan dengan baik guna menaikkan citra perusahaan.

Pengembangan produk berpengaruh terhadap citra perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (F. Saputra & Mahaputra, 2022a), (Desmiwerita & Saputra, 2019), (E. B. Saputra et al., 2019), (E. B. Saputra, 2022), (F. Saputra & Saputra, 2021).

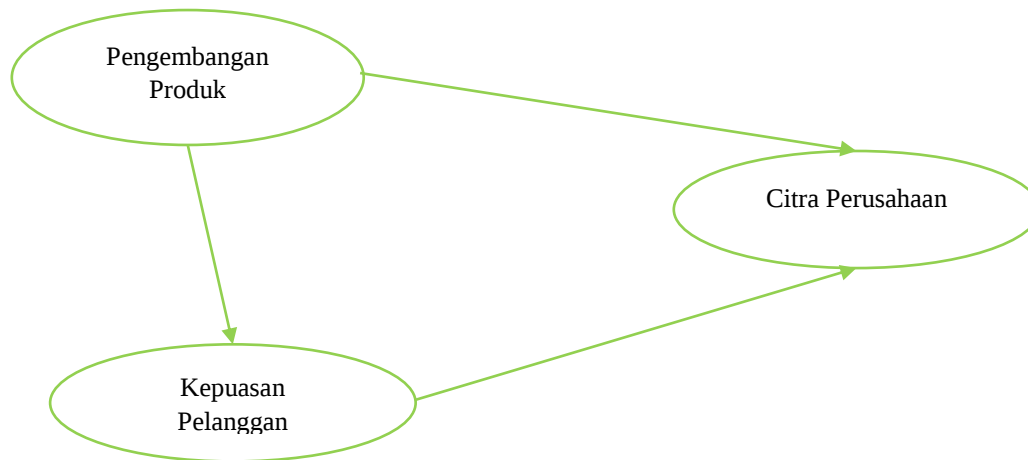
### 2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan.

Jika kepuasan konsumen dapat diperoleh dan diimplementasikan dengan baik sesuai dengan indikatornya yaitu: Kesesuaian harga, minat beli kembali, dan kesediaan merekomendasikan, maka akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Konsumen yang merasa puas akan memberikan ulasan baik kepada perusahaan yang mereka telah gunakan produk atau jasanya. Kepuasan pelanggan sangat penting terutama apabila diperoleh berulang-ulang oleh konsumen, maka akan tercipta loyalitas pelanggan.

Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Nofrialdi, 2021), (Rahmayani & Nofrialdi, 2022), (Werita & Nofrialdi, 2021), (Kurniadi & Mahaputra, 2021), (Munawar & Mahaputra, 2022).

### Kerangka Berpikir

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ditentukan kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



**Figure 1. Kerangka Berpikir**

Artikel ini membahas mengenai Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan. Terdapat beberapa faktor lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan, meliputi:

- 1) Kualitas Produk: (Indrawan & Pratomo, 2021), (Mahaputra & Saputra, 2022), (Ilhamalimy & Mahaputra, 2021), (Zulhendra & Nofrialdi, 2022), (Nofrialdi, 2022), (H. B. H. Havidz & Mahaputra, 2020), (Kasman & Ali, 2022), (Ismail et al., 2022), (Mukhtar et al., 2017).
- 2) Kualitas Pelayanan: (Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, 2020), (Ali, H., & Limakrisna, 2013), (Mukhtar et al., 2016), (Lathiifa & Ali, 2013), (Sari & Ali, 2022).
- 3) Harga: (S. A. H. Havidz et al., 2017), (M. R. Putra et al., 2020), (Mahaputra & Saputra, 2021), (Maisharoh & Ali, 2020), (A. Setyadi et al., 2017), (Paijan & Ali, 2017), (Hermawan, 2022), (Evitha & Hernawan, 2022), (Hermawan, 2021).
- 4) Tempat: (Wahono & Ali, 2021), (Iryani et al., 2021), (Hasyim & Ali, 2022), (Kholisoh & Ali, 2020), (Fauzi & Ali, 2021), (Ali et al., 2022), (Suleman et al., 2020).
- 5) Citra Merek: (Ilhamalimy & Ali, 2021), (D. A. Setyadi & Ali, 2017), (Octavia & Ali, 2017), (Larasetiati & Ali, 2019), (Fahmi & Ali, 2022), (Hernikasari et al., 2022), (Ali et al., 2016).

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka, rumusan masalah dan pembahasan diatas maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengembangan Produk berpengaruh terhadap Citra Perusahaan.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Citra Perusahaan.

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran diperlukan guna mengembangkan penelitian selanjutnya mengenai Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan. Terdapat faktor lain yang

dapat digunakan dalam riset selanjutnya, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Tempat, Harga dan Citra Merek.

## BIBLIOGRAPHY

- Agussalim, M., Ayu Rezkiana Putri, M., & Ali, H. (2016). Analysis work discipline and work spirit toward performance of employees (case study tax office Pratama two Padang). *International Journal of Economic Research*.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deepublish: Yogyakarta*.
- Ali, H., Hadibrata, B., & Buchori, C. D. (2016). One Stop Services: Quality of Service and Accessibility to the Investor Loyalty : The Investment Coordinating Board. *International Journal of Business and Commerce*, 6(01), 38–50.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Bimaruci, H., Agung Hudaya, & Hapzi Ali. (2020). MODEL OF CONSUMER TRUST ON TRAVEL AGENT ONLINE: ANALYSIS OF PERCEIVED USEFULNESS AND SECURITY ON RE-PURCHASE INTERESTS (CASE STUDY TIKET.COM). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.227>
- Darwisyah, D., Rosadi, K. I., & Ali, H. (2021). Berfikir Kesisteman Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Pendidikan Islam. ... *Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 225–237.
- Desfiandi, A., Yusendra, M. A. E., Paramitasari, N., & Ali, H. (2019). Supply chain strategy development for business and technological institution in developing start-up based on creative economy. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Desmiwerita, & Saputra, E. B. (2019). ANALYSIS OF CASH FLOW REPORTS IN ASSESSING FINANCIAL PERFORMANCE AT THE PESISIR SELATAN DISTRICT HEALTH OFFICE. *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(2), 181–190. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Elmi, F., Setyadi, A., Regiana, L., & Ali, H. (2016). Effect of leadership style, organizational culture and emotional intelligence to learning organization: On the Human Resources Development Agency of Law and Human Rights, Ministry of Law and Human Rights. *International Journal of Economic Research*.
- Evitha, Y., & Hernawan, E. (2022). Effect of Recruitment, Selection and Work Environment on Employees ' Work Performance of PT Heksa Artha Sakti , Bangkalan Branch. *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 15420–15429.
- Fahmi, I., & Ali, H. (2022). DETERMINATION OF CAREER PLANNING AND DECISION MAKING: ANALYSIS OF COMMUNICATION SKILLS, MOTIVATION AND EXPERIENCE (LITERATURE REVIEW HUMAN RESOURCE MANAGEMENT). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(5), 823–835.
- Fauzi, D. H., & Ali, H. (2021). DETERMINATION OF PURCHASE AND REPURCHASE DECISIONS: PRODUCT QUALITY AND PRICE ANALYSIS (CASE STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE CONSUMERS IN THE CITY OF JAKARTA). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Handayani, L. S., & Syarifudin, A. (22 C.E.). PENGARUH KUALITAS LAYANAN,

- HARGA DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN TRANSPORTASI GOJEK THE. *Jurnal DIMENSI*, 11(2), 292–313.
- Hasyim, U., & Ali, H. (2022). REUSE INTENTION MODELS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC : CASHBACK PROMOTION AND E-SERVICE QUALITY CASE STUDY : OVO ELECTRONIC MONEY IN. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(3), 440–452.
- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). The Factor Which Influence It Infrastructure: Software, It Flexibility And Organizational Performance (Study Of Management Informations Systems Literature). *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 1(6), 1023–1031. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Havidz, S. A. H., Jianmu, Y., Aima, M. H., & Ali, H. (2017). Technical and Scale Efficiency Employing Data Envelopment Analysis : Empirical Evidence from Islamic Public Banks in Indonesia. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM)*, 6(8), 85–94.
- Hazimi Bimaruci Hazrati Havidz, M. R. M. (2020). BRAND IMAGE AND PURCHASING DECISION: ANALYSIS OF PRICE PERCEPTION AND PROMOTION(LITERATURE REVIEW OF MARKETING MANAGEMENT). 1(2), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Hermawan, E. (2021). Literature Review Company Policy : Workload , Work Time and Employee Compensation. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(3), 126–134.
- Hermawan, E. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja PT. Sakti Mobile Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 1410–9794. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Ilhamalimy, R. R., & Ali, H. (2021). Model Perceived Risk and Trust: E-Wom and Purchase Intention (the Role of Trust Mediating in Online Shopping in Shopee Indonesia). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(2), 204–221. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i2.651>
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). 1(1), 85–97.
- Indrawan, J., & Pratomo, R. R. (2021). Mekanisme Resolusi Konflik di ASEAN: ASEAN Sebagai Fasilitator Konflik. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 17(2), 172–185. <https://doi.org/10.26593/jihi.v17i2.3830.172-185>
- Iryani, E., Ali, H., & Rosyadi, K. I. (2021). BERFIKIR KESISTEMAN DALAM SOCIAL SUPPORT: TA’AWUN UPAYA PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI MAS AL-IHSANIYAH SARANG BURUNG MUARO JAMBI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 2(1), 413–425.
- Ismail, I., Ali, H., & Anwar Us, K. (2022). Factors Affecting Critical and Holistic Thinking in Islamic Education in Indonesia: Self-Concept, System, Tradition, Culture. (Literature Review of Islamic Education Management). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 407–437. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i3.1088>
- Kasman, P. S. P., & Ali, H. (2022). LITERATURE REVIEW FACTORS AFFECTING DECISION MAKING AND CAREER PLANNING: ENVIRONMENT , EXPERIENCE AND SKILL. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 219–231.

- Kholisoh, N., & Ali, H. (2020). Shaping radical attitudes: Mass media and government policies analysis (case study in high school students of West Jakarta). *Talent Development and Excellence*.
- Kurniadi, W., & Mahaputra, M. R. (2021). Determination of Communication in the Organization: Non Verbal, Oral and Written (Literature Review). *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(4), 164–172.
- Larasati, I., Havidz, H., Aima, M. H., Ali, H., & Iqbal, M. K. (2018). Intention to adopt WeChat mobile payment innovation toward Indonesia citizenship based in China. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management*, 7(6), 13.
- Larasetiati, M., & Ali, H. (2019). Model of consumer trust: analysis of perceived usefulness and toward repurchase intention in online travel agent. *Journal of Economics and Finance*, 3(8), 350–357. <https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.8.5>
- Lathiifa, S., & Ali, H. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Diferensiasi Produk & Perilaku Konsumen: Produk, Harga, Promosi, Distribusi. *Magister Management UMB*, 1(1), 1–18.
- M, A., & Ali, H. (2017). MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). RELATIONSHIP WORD OF MOUTH, ADVERTISING AND PRODUCT QUALITY TO BRAND AWARENESS. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36–46.
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Maida, M. T., Riyanto, S., & Ali, H. (2017). Effect of Job Satisfaction and Leadership Style towards Employee Productivity at PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967. *Saudi Journal of Business and ...*, 2(3A), 157–168. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.3.7>
- Maisharoh, T., & Ali, H. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi Infrastruktur Teknologi Informasi: Keuangan, Fleksibilitas TI, dan Kinerja Organisasi. *Universitas Mercu Bauna (UMB) Jakarta*, 1–9.
- Mukhtar, Ali, H., & Jannah, S. R. (2016). Analysis of Leadership Style and Organizational Culture Effect on Career Development at Ministry Religious Affairs in Jambi Province. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 18(11), 65–74. <https://doi.org/10.9790/487X-1811046574>
- Mukhtar, Ali, H., & Rusmini. (2017). Teacher's Job Satisfaction: An Analysis of School's Principal Leadership and School Culture at the State Islamic Senior High School in Jambi Province. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(5), 404–415. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020). Model of human services and resources: The improvement efforts of Silungkang restaurant attractiveness on consumers. *Talent Development and Excellence*.
- Munawar, N. A., & Mahaputra, M. R. (2022). the Youth Interest To Invest in Stocks: Education, Advertising and Motivation. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 3(4), 587–596.
- Nofrialdi, R. (2021). Online Shopping Behavior Model: Determining the Factors Affecting

- Repurchase Intention. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(2), 88–97.
- Nofrialdi, R. (2022). the Effect of Student'S Creativity and Learning Interest on Learning Achievement in Economic Students Class Xi Ips Sma Ekasakti Padang. *Journal International on Global Education*, 1(1), 37–46. <https://doi.org/10.31933/jige.v1i1.536>
- Octavia, A., & Ali, H. (2017). International Review of Management and Marketing The Model of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*.
- Paijan, P., & Ali, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Pelatihan Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasi Kinerja Tenaga Kependidikan Di Universitas Mercu Buana Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 343–359. <https://doi.org/10.24912/je.v21i3.23>
- Panjaitan, M. (2017). PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk Kantor Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 28–36.
- Putra, M. R., Yandi, A., & Maharani, A. (2020). DETERMINATION OF EMPLOYEE MOTIVATION AND PERFORMANCE: WORKING ENVIRONMENT, ORGANIZATIONAL CULTURE, AND COMPENSATION (A Study .... *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(3), 419–436. <https://doi.org/10.31933/DIJEMS>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Rahmayani, O., & Nofrialdi, R. (2022). The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(2), 85–94.
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020a). Improving employee performance through perceived organizational support, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 839–849. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.5.123>
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020b). Perceived organizational support in efforts to improve organizational commitments and its impact on employee performance(study at SPMI private university in West Sumatra). *Talent Development and Excellence*.
- Saktiani, G. A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 342–353.
- Saputra, E. B. (2022). the Effect of Teacher Communication Ability and Learning Motivation on Student Learning Outcomes in Economic Lessons for Class Xi Ips Sma Ekasakti in Padang Academic Year 2015/2016. *Journal International on Global Education*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.31933/jige.v1i1.532>
- Saputra, E. B., Saputra, E., & Satriawan, N. (2019). Upaya Meningkatkan Partisipasi Dan Hasil Belajar Siswa Dengan Menggunakan Metode Diskusi Kelompok Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu Kelas VIII Di SMP Negeri 19 Padang . *Jurnal Penelitian Aktual Dan Kajian Analisis Reformasi Pendidikan*, 17(1), 91–102.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022a). EFFECT OF JOB SATISFACTION , EMPLOYEE LOYALTY AND EMPLOYEE COMMITMENT ON LEADERSHIP STYLE ( HUMAN RESOURCE LITERATURE STUDY ). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762–772.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022b). Relationship of Purchase Interest , Price and Purchase Decisions to IMEI Policy ( Literature Review Study ). *Journal of Low Politic*

- and Humanities*, 2(2), 71–80.
- Saputra, F., & Saputra, E. B. (2021). Measures of Corruption : Needs , Opportunity and Rationalization. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 42–50.
- Saputra, R. F. A., Pranoto, C. S., & Ali, H. (2021). FAKTOR PENGEMBANGAN ORGANISASI PROFESIONAL: LEADERSHIP/KEPEMIMPINAN, BUDAYA, DAN IKLIM ORGANISASI (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 629–639. [https://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi\\_profesional](https://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi_profesional)
- Sari, D. P., & Ali, H. (2022). LITERATURE REVIEW MEASUREMENT MODEL OF INDIVIDUAL BEHAVIOR AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR : INDIVIDUAL CHARACTERISTICS , WORK CULTURE AND WORKLOAD. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 647–656.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Setyadi, A., Ali, H., & Imaroh, T. S. (2017). Building Brand Image: Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(8), 770–777. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Setyadi, D. A., & Ali, H. (2017). Build Customer Loyalty with CRM and Brand Image (Case Study on Giant Citra Raya). *IOSR Journal of Business and Management*, 19(01), 35–42. <https://doi.org/10.9790/487x-1901043542>
- Sivaram, M., Hudaya, A., & Ali, H. (2019). Building a Purchase and Purchase Decision: Analysis of Brand Awareness and Brand Loyalty (CASE STUDY OF PRIVATE LABEL PRODUCTS AT ALFAMIDI STORES IN TANGERANG CITY) M. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(2), 235–248. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>
- Sivaram, M., Munawar, N. A., & Ali, H. (2020). DETERMINATION OF PURCHASE INTENT DETERMINATION OF PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND AWARENESS AND PERCEIVED QUALITY (Case Study: For consumers PT. Sentosa Santosa Finance Tangerang area). *Dinasti International Journal of Management Science*. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i2.71>
- Somad, A., Rosadi, K. I., Ali, H., Kesisteman, J., & Kesisteman, B. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MODEL SISTEM PENDIDIKAN ISLAM : JENIS KESISTEMAN , KONSTRUKSI KESISTEMAN , BERPIKIR KESISTEMAN. *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora Dan Politik*, 1(2), 200–210.
- Sudiantini, D., & Saputra, F. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan: Kepuasan Kerja, Loyalitas Pegawai dan Komitmen di PT Lensa Potret Mandiri. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 1(3), 467–478.
- Suleman, D., Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. (2020). Pembeda Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja Offline Vs Online. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 275–282. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8122>
- Tjahjadi, D., & Limakrisna, N. (2022). MODEL OF CUSTOMER SATISFACTION FOR IMPROVING CUSTOMER LOYALTY. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 657–667.
- Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(2), 225–239. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i2.781>
- Werita, D., & Nofrialdi, R. (2021). ANALISIS EFEKTIVITAS PENGELOLAAN DAN SISTEM PENGENDALIAN PIUTANG PADA PT. DAGNA MEDIKA. *Jurnal*

- Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 1(1), 13–21.
- Widodo, D. S., Silitonga, P. E. S., & Ali, H. (2017). Analysis of Organizational Performance: Predictors of Transformational Leadership Style, Services Leadership Style and Organizational Learning (Studies in Jakarta Government). *International Journal of Economic Research*, 14(2), 167–182.
- Widodo, D. S., Silitonga, P. E. S., & Ali, H. (2020). The influence of good governance, culture, and performance in increasing public satisfaction and implication to public trust: Study in Indonesian government. *Talent Development and Excellence*.
- Wijayanti, A., El Fathira, A. N., Almukit, D. P., Ayuningtias, W., Arba, A. B., & Mumpuni, S. D. (2021). Pengembangan Produk Lokal Purwahamba. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(01), 78–82. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.540>
- Yeni, F., Gusnadi Erwin, & Hapzi Ali. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt.Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 38–54. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i1.34>
- Zulhendra, & Nofrialdi, R. (2022). Petty Cash Accounting Analysis on CV Min Java Farm. *Journal of Accounting and Finance Management*, 3(1), 28–35.