



Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Pt. Global Jet Express (J&T) Menggunakan Metode *Service Quality* Dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Muhammad Irman^{1*}, Abdul Mail², Arfandi Ahmad³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Universitas Muslim Indonesia

Jl. Urip Sumoharjo Km. 5 Makassar., Sulawesi Selatan 90231

Email: muhammadirman2000@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 13 Januari 2024

Diperbaiki: 22 Februari 2024

Disetujui: 30 Maret 2024

ABSTRAK

Pelayanan merupakan salah satu proses yang sarannya ditujukan pada manusia secara perorangan maupun berkelompok dalam bentuk organisasi/badan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. J&T merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan lain-lain. Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu, kemampuan untuk melakukan berbagai kombinasi dan tanggapan atau rangkaian aktivitas yang berbeda bagi tiap konsumen sangat penting dilakukan bagi usaha jasa pengiriman barang. Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan antara penyedia jasa pengiriman barang yang semakin ketat akibat munculnya E-commerce seiring dengan bertambahnya penyedia jasa pengiriman barang yang baru. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus lebih kompetitif dan memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik, yang diperlukan untuk mencapai kepuasan konsumen yang merupakan faktor penting demi tercapainya kualitas.

Kata Kunci: Kualitas, pelayanan, service quality, IPA, Jasa

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah Lisensi Internasional CC BY 4.0© JRSIM (2024)



PENDAHULUAN

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan [2].

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Jasa pengiriman merupakan bagian dari kebutuhan konsumen, konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman dan praktis dalam hal pengiriman barang.

Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo) M. Feriadi menyampaikan, industri logistik bisa terus bertumbuh karena sudah menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat. Terutama setelah masuknya era e-commerce. Dalam catatan Asperindo, volume pengiriman rerata nasional sepanjang 2021 telah tumbuh sekitar 30 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu. Meski tak merinci, tapi Feriadi mengatakan sudah terjadi pergeseran, pengiriman lokal dalam kota lebih banyak ketimbang antar kota/provinsi. "Secara nasional masih tumbuh sekitar 30 persen. telah bergerak menjadi lebih besar untuk kiriman lokal atau dalam kota," kata Feriadi.

Apabila produk/jasa berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa pengiriman adalah JNT, yang merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dan logistik yang melayani pengiriman dalam bentuk paket, dokumen, dan lain-lain.

Jasa adalah suatu kegiatan yang dapat berwujud maupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen. Sedangkan mutu atau kualitas adalah, fungsi dari suatu produk yang bersangkutan yang dapat memenuhi selera serta kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan [3].

Kualitas jasa adalah sejauh mana jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Salah satu pendekatan kualitas jasa adalah model SERVQUAL (*Service Quality*). Singkat kata, kualitas jasa didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima [4].

Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) [5].

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen [6].

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang merupakan objek penelitian dalam pengumpulan data dilakukan pada PT.Global Jet Express Kota Makassar. Studi lapangan dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pengambilan data secara langsung pada konsumen PT. global jet express, Kota Makassar dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuisioner dengan skala likert Pengolahan data yang dipergunakan pada penelitian ini mempergunakan metode *Service Quality* dan *Important Performance Analysis* yakni :

1. Penentuan jumlah responden

populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan sedangkan sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih [7].

Teknik pengambilan sampel digunakan non probability sampling dengan teknik accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, [8].

2. Pengolahan sampel data

3. Uji validitas dan Realibilitas

validitas adalah instrumen yang berhubungan dengan kemampuan instrumen tersebut, dalam mengukur atau mengungkap karakteristik dari variabel yang dimaksudkan untuk diukur [9].

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik [10].

4. Pengukuran Kualitas Pelayanan Yang Menggunakan *service quality*

Langkah-langkah metode *service quality* :

- Perhitungan Nilai Harapan dan persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan
- GAP Score Setiap Atribut
- GAP Score Setiap Dimensi
- Ranking GAP Score

5. Pengukuran Importance and Performance Analysis (IPA) menggunakan diagram kartesius

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji validitas**

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi product moment. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS 22. Nilai korelasi yang berada di atas r tabel yaitu 0,197 menunjukkan sebagai item yang valid.

Tabel 1. Hasil uji validitas

Harapan (Y)				Kinerja (X)			
Simbol Atribut	rHitung	rTabel	Status	Simbol Atribut	rHitung	rTabel	Status
Tangibles (Bukti Langsung)							
Y1	0,531	0,2324	Valid	X1	0,586	0,2324	Valid
Y2	0,601	0,2324	Valid	X2	0,652	0,2324	Valid
Y3	0,434	0,2324	Valid	X3	0,460	0,2324	Valid
Y4	0,562	0,2324	Valid	X4	0,685	0,2324	Valid
Reliability (Keandalan)							
Y5	0,550	0,2324	Valid	X5	0,687	0,2324	Valid
Y6	0,677	0,2324	Valid	X6	0,527	0,2324	Valid
Y7	0,642	0,2324	Valid	X7	0,437	0,2324	Valid
Y8	0,608	0,2324	Valid	X8	0,250	0,2324	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap)							
Y9	0,454	0,2324	Valid	X9	0,250	0,2324	Valid
Y10	0,703	0,2324	Valid	X10	0,608	0,2324	Valid
Y11	0,615	0,2324	Valid	X11	0,566	0,2324	Valid
Y12	0,496	0,2324	Valid	X12	0,652	0,2324	Valid
Assurance (Jaminan)							
Y13	0,614	0,2324	Valid	X13	0,577	0,2324	Valid
Y14	0,607	0,2324	Valid	X14	0,767	0,2324	Valid
Y15	0,851	0,2324	Valid	X15	0,595	0,2324	Valid
Y16	0,427	0,2324	Valid	X16	0,633	0,2324	Valid
Empaty (Empati)							
Y17	0,580	0,2324	Valid	X17	0,513	0,2324	Valid
Y18	0,672	0,2324	Valid	X18	0,736	0,2324	Valid
Y19	0,639	0,2324	Valid	X19	0,590	0,2324	Valid
Y20	0,645	0,2324	Valid	X20	0,551	0,2324	Valid

Dalam penelitian ini uji realibilitas menggunakan bantuan software SPSS 22 dengan teknik *Cronbach's Alpha* untuk menguji *reliable* tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner dikatakan *reliable* bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada table dibawah :

1. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat harapan (Y)

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	20

20 pertanyaan dinyatakan reliabel dengan *cronbach's alpha* untuk faktor persepsi sebesar 0,897 Hal ini menunjukkan bahwa nilai factor menyatakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini cukup baik dalam mengukur hal yang seharusnya diukur (*reliable*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat dipercaya.

2. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja/Persepsi (X)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Persepsi
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	20

20 pertanyaan dinyatakan reliabel dengan *cronbach's alpha* untuk faktor persepsi sebesar 0,749 Hal ini menunjukkan bahwa nilai factor menyatakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini cukup baik dalam mengukur hal yang seharusnya diukur (*reliable*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat dipercaya.

Tabel 4. GAP Score setiap atribut

No	Atribut Persepsi	Atribut Harapan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
1	Kebersihan dan kerapihan gedung jnt memadai	Jnt mengutamakan kebersihan dan kerapihan gedung	3,75	4,01	-0,26
2	Tempat parkir memadai	Memiliki tempat parkir yang cukup luas	4,21	4,48	-0,27
3	Perusahaan jnt memberikan sarana yg memadai kepada karyawan	Menyediakan tranportasi yg memadai dan tidak memiliki kendala agar pengiriman	3,95	4,16	-0,21

No	Atribut Persepsi	Atribut Harapan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
		lancar dan tepat waktu			
4	Fasilitas ruang tunggu yang bersih dan nyaman	Perusahaan menyediakan ruang tunggu yang luas dan nyaman agar setiap konsumen merasa nyaman.	4,03	4,32	-0,29
5	Karyawan mengkonfirmasi sebelum mengantarkan kiriman konsumen	Karyawan jnt mengkonfirmasi konsumen sebelum pengantaran kiriman ke lokasi konsumen	3,87	4,05	-0,18
6	Pegawai mengirim barang sesuai dengan alamat dan waktu yang ditentukan	Pengiriman setiap barang konsumen sesuai dengan estimasi waktu dan tempat yg ditentukan	4,11	4,12	-0,01
7	Pegawai dapat menangani keluhan konsumen dengan baik	Pihak jnt menerima saran dan kritikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan	3,78	3,95	-0,17
8	Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan	Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen	4,04	4,05	-0,01
9	Berusaha menyelesaikan kewajiban dengan penuh rasa tanggung jawab	karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen.	3,93	4,01	-0,08
10	Memberikan informasi dengan jelas dan mudah	karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami	4,09	4,05	-0,04

No	Atribut Persepsi	Atribut Harapan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
11	Karyawan menerima dan melayani konsumen dengan baik	karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.	3,78	3,92	-0,14
12	Karyawan jnt berusaha mengeluarkan kemampuan terbaik dalam menyelesaikan setiap barang yg dikirim	Karyawan jnt harus mengutamakan kepentingan konsumen	4,94	4,22	-0,72
13	Jnt lebih mengutamakan kuantitas dari pada kualitas	Perusahaan meningkatkan keamanan terhadap barang yang dikirim	3,49	4,06	-0,57
14	Perusahaan menjamin barang yang dikirim kepada konsumen dalam keadaan baik	perusahaan membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan	4,00	4,16	-0,16
15	Karyawan jnt selalu menyelesaikan pekerjaan mengirim barang sesuai dengan target yg diterapkan	Mampu meningkatkan waktu pengiriman barang kepada konsumen	3,71	3,95	-0,24
16	Karyawan jnt menjamin keamanan barang pengiriman	Karyawan harus bias membedakan barang yang mudah rusak dan tidak mudah rusak	3,86	4,18	-0,32
17	Karyawan memberikan perhatian khusus kepada konsumen	Karyawan ramah dan sopan dalam melayani konsumen	3,82	4,02	-0,2
18	Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen	Perusahaan menyediakan pelayanan khusus untuk menangani keluhan pelanggan	4,05	4,28	-0,23
19	Karyawan mendengar keluhan konsumen dan memberikan solusi	Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen	3,89	4,01	-0,12

No	Atribut Persepsi	Atribut Harapan	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
20	Karyawan mendengarkan keluhan dan masukan dari konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan	Karyawan mendengar keluhan konsumen dan memberikan solusi	3,88	4,22	-0,34

Tabel 5. Rangking Gap Setiap Atribut

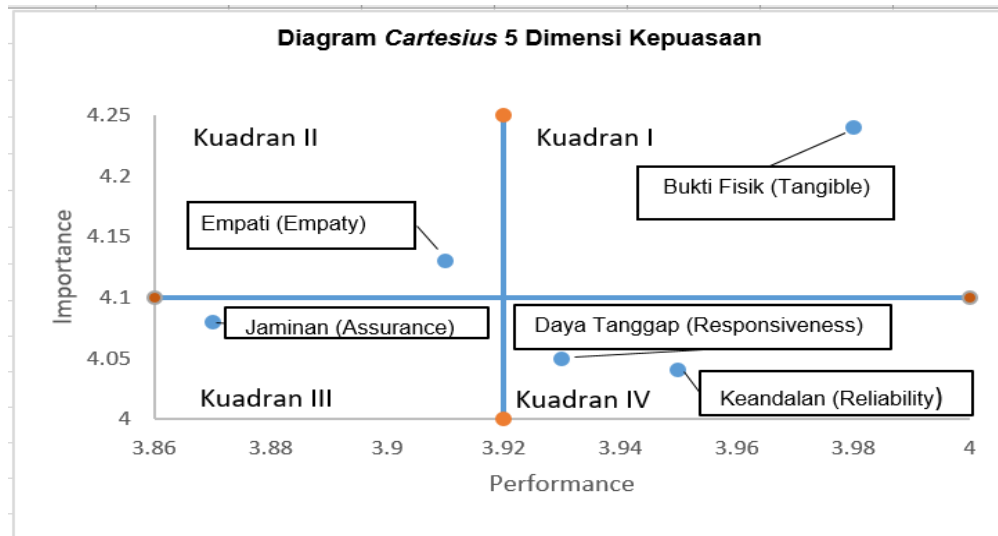
No	Atribut Harapan	Atribut Persepsi	Gap Score	Rank
1	Jnt mengutamakan kebersihan dan kerapihan gedung	Kebersihan dan kerapihan gedung jnt memadai	-0,26	13
2	Memiliki tempat parkir yang cukup luas	Tempat parkir memadai	-0,27	14
3	Menyediakan transportasi yg memadai dan tidak memiliki kendala agar pengiriman lancar dan tepat waktu	Perusahaan jnt memberikan sarana yg memadai kepada karyawan	-0,21	10
4	Perusahaan menyediakan ruang tunggu yang luas dan nyaman agar setiap konsumen merasa nyaman.	Fasilitas ruang tunggu jnt bersih dan nyaman	-0,29	9
5	Karyawan jnt mengkonfirmasi konsumen sebelum pengantaran kiriman ke lokasi konsumen	Karyawan mengkonfirmasi sebelum mengantarkan kiriman konsumen	-0,18	9
6	Pengiriman setiap barang konsumen sesuai dengan estimasi waktu dan tempat yg ditentukan	Pegawai mengirim barang sesuai dengan alamat dan waktu yang ditentukan	-0,01	1
7	Pihak jnt menerima saran dan kritikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan	Pegawai dapat menangani keluhan konsumen dengan baik	-0,17	8
8	karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen	Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan	-0,01	1

No	Atribut Harapan	Atribut Persepsi	Gap Score	Rank
9	karyawan dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen.	Berusaha menyelesaikan kewajiban dengan penuh rasa tanggung jawab	-0,08	4
10	karyawan memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.	Memberikan informasi dengan jelas dan mudah	-0,04	3
11	karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat.	Karyawan menerima dan melayani konsumen dengan baik	-0,14	6
12	Karyawan jnt harus mengutamakan kepentingan konsumen	Karyawan jnt berusaha mengeluarkan kemampuan terbaik dalam menyelesaikan setiap barang yg dikirim	-0,72	18
13	Perusahaan meningkatkan keamanan terhadap barang yang dikirim	Jnt lebih mengutamakan kuantitas dari pada kualitas	-0,57	17
14	perusahaan membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan	Perusahaan menjamin barang yang dikirim kepada konsumen dalam keadaan baik	-0,16	7
15	Mampu meningkatkan waktu pengiriman barang kepada konsumen	Karyawan jnt selalu menyelesaikan pekerjaan mengirim barang sesuai dengan target yg diterapkan	-0,24	12
16	Karyawan harus bias membedakan barang yang mudah rusak dan tidak mudah rusak	Karyawan jnt menjamin keamanan barang pengiriman	-0,32	15
17	Karyawan ramah dan sopan dalam melayani konsumen	Karyawan memberikan perhatian khusus kepada konsumen	-0,2	2

No	Atribut Harapan	Atribut Persepsi	Gap Score	Rank
18	Perusahaan menyediakan pelayanan khusus untuk menangani keluhan pelanggan	Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen	-0,23	11
19	Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen	Karyawan mendengar keluhan konsumen dan memberikan solusi	-0,12	5
20	Karyawan mendengar keluhan konsumen dan memberikan solusi	Karyawan mendengarkan keluhan dan masukan dari konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan	-0,34	16

Tabel 6. GAP Score Setiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP Score
1	Bukti Fisik (Tangible)	3,98	4,24	-0,26
2	Keandalan (Reliability)	3,95	4,04	-0,09
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3,93	4,05	-0,12
4	Jaminan (Assurance)	3,87	4,08	-0,21
5	Empati (Empaty)	3,91	4,13	-0,22



Gambar 1. Diagram Kartesius

KESIMPULAN

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas dari pelayanan PT. Global jet express Makassar secara keseluruhan nilai rata-rata tingkat kepuasan sebesar 95,56% dari harapan konsumen. Dilihat dari hasil pengukuran persentase tingkat kepuasan konsumen pada masing-masing dimensi yaitu dimensi empati sebesar 94,68% Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan selama ini masih kurang memenuhi harapan pelanggan, dimensi daya tanggap sebesar 97,04%, dimensi keandalan sebesar 97,78%, dimensi jaminan dengan nilai sebesar 94,86%. dan persentase terendah pada dimensi bukti fisik sebesar 93,87%.
2. Kualitas pelayanan pada PT. Global jet express Makassar secara keseluruhan memiliki nilai Gap negatif yang menandakan bahwa kualitas pelayanan belum dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dilihat dari hasil pengukuran Gap Score dan peringkat setiap dimensi perlu melakukan perbaikan setiap dimensi yaitu pada dimensi keandalan memiliki nilai -0,09 (rank 1), nilai dimensi daya tanggap -0,12 (rank 2), nilai dimensi jaminan -0,21 (rank 3), nilai dimensi empati -0,22 (rank 4), serta nilai dimensi Bukti fisik -0,37 (rank 5).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan setinggi-tingginya penulis persembahkan kepada kedua orang tuaku yang tidak henti-hentinya menyebut namaku dalam doa-doanya yang telah merawat, mendidik, serta memberikan dukungan moril dan materi kepada penulis, terimakasih.

Selesai ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis dengan segala kerendahan dan keiklasan hati juga mengucapkan terimakasih kepada. Teman-teman RE18EL yang saya banggakan dan tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas segala bantuan, kebersamaan dan doa kalian.

REFERENSI

- [1] J. L. Walangare, "Analisis Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di The Coffee Bean Mantos," *Emba, Issn 2303-1174*, Vol. 7, No. 1, Pp. 581–590, 2019.
- [2] A. Z. S. Balido And B. Agus Setiono, "Analisis Prosedur Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Pt. Pelayaran Nasional Indonesia (Pelni) Cabang Surabaya," *J. Apl. Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, Vol. 13, No. 2, Pp. 76–88, 2023, Doi: 10.30649/Japk.V13i2.92.
- [3] Y. Rahmi, "Analisis Pengaruh Strategi Service Recovery Yang Dilakukan Perbankan Terhadap

Kepuasan Nasabah Di Kota Semarang,” *J. Stie Semarang*, Vol. 4, No. 2, P. 3, 2012.

- [4] B. D. Kuntari, S. Kumadji, And K. Hidayat, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel Pt Astra International Tbk-Daihatsu Malang),” *J. Adm. Bisnis*, Vol. 36, No. 1, Pp. 196–202, 2016, [Online]. Available: <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/87117-Id-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kep.Pdf>
- [5] C. Lukita, S. Pranata, And K. Agustin, “Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon,” *J. Digit*, Vol. 9, No. 2, P. 167, 2020, Doi: 10.51920/Jd.V9i2.117.
- [6] D. Indrajaya, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada Ukm Gallery,” *J. Ikra-Ith Teknol.*, Vol. 2, No. 3, Pp. 1–6, 2018.
- [7] N. B. Ginting, “Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Sekar Mulia Abdi Medan,” *Ajie-Asian J. Innov. Entrep.*, No. May, P. 2, 2018.
- [8] F. Ilmu, A. Institut, I. Sosial, And D. Manajemen, “Kepuasan Pelanggan Abdul Gofur,” Vol. 4, No. 1, Pp. 37–44, 2019.
- [9] E. W. Surianti, “Pengaruh Proses Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Pegawai,” *J. Ilm. Smart*, Vol. Ii, No. 1, Pp. 39–47, 2018.
- [10] M. Agatha, “Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung,” *J. Chem. Inf. Model.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 27–35, 2018.