

**Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Jasa Laundry PT. Indah Jaya Londrindo**

**Danny Wilianto<sup>1)\*</sup>, Pujiarti<sup>2)†</sup>**

<sup>1)2)</sup>Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>[dannywillianto000@gmail.com](mailto:dannywillianto000@gmail.com)

<sup>2)</sup>[pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id](mailto:pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id)

Rekam jejak artikel:

**Abstrak**

Terima September 2022;  
Perbaikan September 2022;  
Diterima September 2022;  
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Advertensi  
Harga  
Mutu Layanan  
Kepuasan Pelanggan

Para peserta disurvei untuk hasil riset ini. Pengaruh pelayanan, harga dan advertensi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indah Jaya Londrindo ditentukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya hasil diolah melalui SPSS versi 25. Metode yang digunakan dalam riset ini bersifat kuantitatif karena menggunakan metode pengumpulan data dan instrumen riset mengenai faktor-faktor yang diteliti. Data dalam riset ini diuji menggunakan Cronbach's alpha — pengujian validitas dan reliabilitas. Hipotesis riset diuji melalui analisis regresi linier berganda, pengujian r, t dan F.(Angreni et al., 2019; Farunik, 2019; Wibowo & Listen, 2019)

Persamaan  $Y = 0,751 + 0,001 X_1 + 0,558 X_2 + 0,338 X_3 +$  berasal dari analisis regresi linier berganda. Hal ini menunjukkan bahwa jika  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  berubah sebesar 1 poin maka elastis  $Y$  akan berubah sebesar 0,751, 0,001, 0,558 dan 0,338.(Dinata et al., 2019; Purnama et al., 2019; Yoyo et al., 2019)

Dengan menggunakan pengujian-t dan pengujian-F, dimungkinkan untuk menentukan apakah suatu elastis berpengaruh. Ini ditentukan dengan menjalankan hasil melalui ttabel dan thitung. Ttabel sama dengan 1,66088 dan thitung sama dengan 0,021. Selanjutnya, Ftabel dibandingkan dengan Fhitung. Elastis-elastis ini dibandingkan dengan nilai yang sesuai dari 2,70 dan 8,223. Jika ttabel lebih kecil dari thitung atau Ftabel lebih kecil dari Fhitung, maka elastis tersebut dapat dikatakan berpengaruh. Selain itu, hasil lain dapat diperiksa melalui metode ini: hasil analisis harga dengan thitung 8223 yang lebih besar dari Ttabel; hasil analisis advertensi dengan thitung 021 lebih kecil dari ttabel; dan hasil analisis mutu pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hitung sebesar 8138 lebih besar dari ttabel. Setelah membandingkan hasil tersebut dengan yang diperoleh dari pengujian-F, disimpulkan bahwa semua elastis berpengaruh

\* Corresponding author

† Corresponding author

---

terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Fhitung sebesar 56574 dan tingkat kesalahan 5% — atau  $\alpha = 0,05$  — dengan hasil signifikansi  $0 < \alpha = 0,05$ . Akibatnya, dinyatakan bahwa  $H_0$  dapat ditolak dan  $H_a$  dapat diterima sebagai benar. (Ginny, 2019; Ginny & Jasumin, 2019; Pujiarti et al., 2019)

Nilai Adjusted R-square untuk Pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,627 atau 62,7%. Artinya ketiga atribut tersebut secara simultan berpengaruh sebesar 62,7% terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi secara terpisah..

---

## I. PENDAHULUAN

Setiap bisnis yang ingin bertahan dalam lanskap persaingan saat ini harus kreatif dan inovatif. Departemen pemasaran secara khusus dituntut untuk memiliki pola pikir kreatif. (Hernawan et al., 2020; Winata & Limajatini, 2020)

Kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan yang memberikan layanan yang lebih matang. Perusahaan-perusahaan ini harus fokus pada penyediaan layanan pelanggan bermutu tinggi; ini akan membantu mereka mempertahankan bisnis mereka dan bahkan memenangkan persaingan dengan perusahaan lain (Hernawan et al., 2019). Jika pelanggan suatu instansi senang dengan produk atau jasa yang mereka terima, maka pelanggan tersebut akan membandingkan pengalaman yang mereka miliki. Mereka mungkin juga menyarankan orang lain untuk membeli dari tempat yang sama jika mereka benar-benar puas dengan apa yang mereka dapatkan.

Rumusan Masalah (Chandra, 2020; Trida et al., 2020; Wi & Anggraeni, 2020)

1. Bagaimana advertensi mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?
2. Bagaimana harga mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?
3. Bagaimana mutu layanan pengaruh dengan cara parsial terhadap kebahagiaan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo??
4. Bagaimana advertensi, harga, serta mutu layanan pengaruh dengan cara simultan terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui bagaimana advertensi mempengaruhi dengan cara parsial terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi dengan cara parsial terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
3. Untuk mengetahui bagaimana mutu layanan mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
4. Untuk mengetahui bagaimana advertensi, harga, serta mutu layanan pengaruh dengan cara total terhadap kebahagiaan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengertian Manajemen Pemasaran**

Bagi (Fandy Tjiptono 2017, 3) mengatakan bahwa manajemen penjualan merupakan serangkaian kegiatan yang dicoba untuk memotivasi permohonan atas produk ataupun jasa dalam membenarkan kalau produk dijual serta di informasikan pada klien.

### **Pengertian Advertensi**

Bagi (Abdurrahman 2015 ,156) menyatakan bahwa Advertensi merupakan satu bauran penjualan yang dipakai untuk meningkatkan nilai klien ataupun membuat ekuitas merk dalam ingatan klien.

### **Pengertian Harga**

Bagi Oentoro (Sudaryono 2016, 216) menyatakan bahwa Harga merupakan suatu nilai ubah yang dapat disamakan dengan uang ataupun benda lain untuk menemukan guna dari suatu benda ataupun jasa untuk seorang ataupun golongan pada durasi serta tempat khusus.

### **Pengertian Mutu Layanan**

Menurut Ibrahim dalam (Panjaitan 2016, 8) menyatakan bahwa Mutu Layanan merupakan suatu strategi dasar dalam berbisnis yang menciptakan benda serta jasa yang bisa penuhi keinginan dan memberikan kebahagiaan pelanggan dalam serta eksternal, dengan cara akurat ataupun sugestif.

### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam (Panjaitan 2016, 6) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan Kebahagiaan selaku asumsi ataupun reaksi klien terhadap pelampiasan keinginan. Keinginan merupakan evaluasi terhadap karakteristik ataupun idiosinkrasi produk ataupun jasa, ataupun produk itu sendiri, yang sediakan tingkatan kebahagiaan klien berhubungan dengan pelampiasan keinginan konsumsi klien.

## III. METODE

### **Jenis Riset**

Tipe riset yang dipakai ialah mengenakan riset Deskriptif dengan memakai pendekatan Kuantitatif. Dalam banyak kejadian yang terjalin di dalam dunia penjualan, pengarang hendak mengidentifikasi elastis bebas serta elastis terbatas, berikutnya lewat hasil kalkulasi statistik hendak dikenal seberapa besar akibat elastis bebas terhadap elastis terbatas.(Chandra, 2019b; Hidayat & Hartanto, 2019; Limajatini, Murwaningsari, & Khomsiyah, 2019)

### **Objek Riset**

Subjek yang digunakan dalam riset ini yakni PT. Indah Jaya Londrindo, riset ini dicoba supaya bisa mengenali Akibat Advertensi, Harga, serta Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Jaya Londrindo.(Limajatini, Winata, et al., 2019; Melatnebar, 2019; Mukin & Oktari, 2019)

### **Jenis Data**

Pada riset ini mengenakan tipe data Pokok, ialah sumber data yang didapat dengan cara langsung dari sumber asli, Data Pokok dalam riset ini didapat dari penyebaran angket pada responden serta melakukan wawancara, Yulia (Bougie 2019, 29).

### **Sumber Data**

Sumber data ini diterima lewat hasil kuisioner dari Pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo yang sudah disebar. (Chandra, 2019a; Komarudin et al., 2019; Limajatini, Murwaningsari, & Sellawati, 2019)

### **Populasi**

Populasi dari riset ini yakni Seluruh Pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo.

### **Sampel**

Dalam riset ini, sampel diambil dengan metode *random sampling* kepada pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo yang berjumlah 100 pelanggan. (Listen et al., 2020; Natalia et al., 2020; Oktari & Liugowati, 2019)

### **Teknik Analisis Data**

Pada riset ini memakai program SPSS tipe 24. Dengan bermacam pengetesan alhasil hendak memperoleh hasil serta kesimpulan untuk bisa penuh tujuan permasalahan. (Melatnebar et al., 2020; Wi, 2020; Winata et al., 2020)

### **Pengujian Normalitas**

Percobaan normalitas memastikan apakah dalam model regresi, elastis pengacau ataupun residual mempunyai penyaluran wajar ataupun mendekati wajar. Kala data berdistribusi wajar ataupun mendekati wajar, sehingga model regresi dibilang baik.

### **Pengujian Multikolinearitas**

Percobaan multikolinearitas mempunyai tujuan untuk mencoba apakah bisa ditemui adanya hubungan dampingi elastis leluasa (X) dalam model regresi. Dalam regresi tidak bisa terjalin multikolinearitas, maksudnya tidak bisa terjalin ikatan yang sempurna atau mendekati sempurna dampingi elastis leluasa yang membuat pertemuan.(Parameswari, Pujiarti, et al., 2020; Parameswari, Tholok, et al., 2020; Yoyo & Listen, 2020)

### **Pengujian Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas digunakan dengan tujuan memastikan apakah didalam model ada dilema ataupun permasalahan, yang berarti kalau residual untuk seluruh data pada model regresi terdapat ketidaksetaraan.(Angreni, 2020; Parameswari, 2020; Purnama et al., 2020)

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda bertujuan memperkirakan sejauh mana pengaruh elastis dependen terhadap elastis independen, yang membuat analisis ini dapat mendeskripsikan hubungan antar elastis tersebut.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Pemastian ( $R^2$ ) merupakan metrik untuk memastikan seberapa baik model bisa mendeskripsikan alterasi dari elastis terbatas. Koefisien pemastian mempunyai nilai nihil

memadankan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil menerangkan kalau daya elastis bebas untuk menjabarkan alterasi dalam elastis terbatas dibatasi. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu menerangkan kalau elastis bebas memberikan nyaris seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memperhitungkan alterasi elastis terbatas. (Hidayat, 2020a, 2020b; Melatnebar, 2020)

### Pengujian Signifikansi Parsial (Pengujian T)

Percobaan t ataupun percobaan parsial dicoba dengan arti untuk mencoba akibat dengan cara parsial antara elastis leluasa terhadap elastis terikat (Sugiyono 2016, 65).

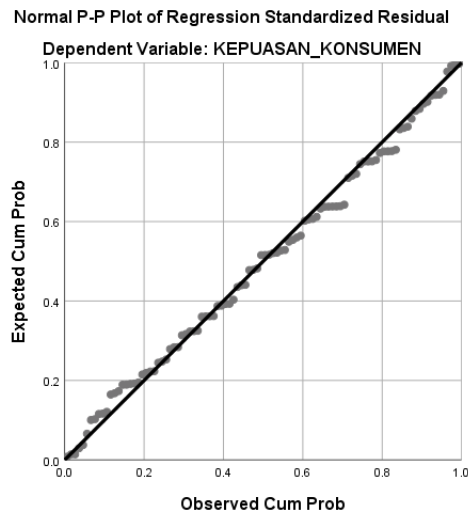
### Pengujian Signifikansi Simultan (Pengujian F)

Percobaan f ataupun percobaan simultan dicoba untuk mencoba apakah elastis leluasa mempengaruhi dengan cara simultan terhadap elastis terikat (Sugiyono 2016, 65).

## IV. HASIL

### Hasil Pengujian Asumsi Klasik

#### 1) Hasil Pengujian Normalitas



Dari lukisan diatas membuktikan data menabur disekitar garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal ataupun diagram histogram alhasil data membuktikan pada penyaluran wajar ataupun model yang dipakai sudah cocok persyaratan normalitas data.

#### 2) Hasil Pengujian Multikolinieritas

##### Coefficients<sup>a</sup>

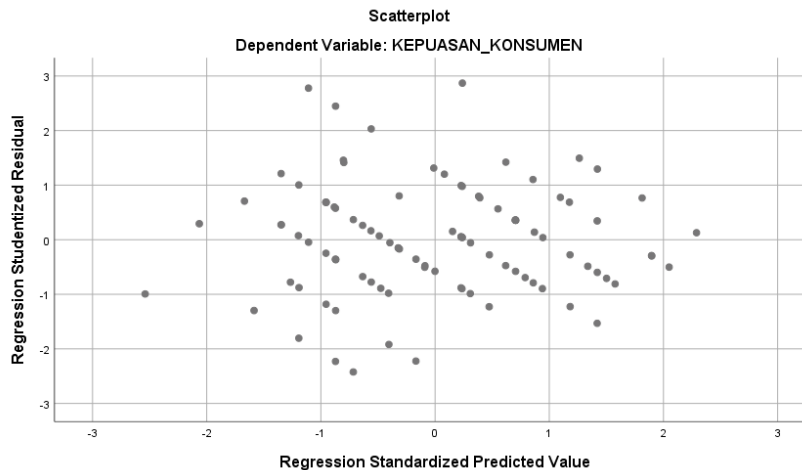
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.751	1.713		.438	.662		

ADVERTE NSI	.001	.043	.001	.021	.984	.799	1.25 2
HARGA	.558	.068	.566	8.22 3	.000	.793	1.26 1
MUTU_LA YANAN	.338	.042	.503	8.13 8	.000	.987	1.01 4

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa Elastis Advertensi (X1), Harga (X2), Mutu Layanan (X3) menunjukkan bahwa hasil kalkulasi nilai VIF tiap- tiap elastis leluasa dalam model ada dibawah 10. Alhasil model regresi leluasa dari permasalahan multikolinearitas.

### 3) Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas yang memperlihatkan bahwa titik-titik terdistribusi menyebar acak diatas dan dibawah 0 (Nol) pada sumbu Y, sehingga tidak menciptakan pola yang pasti. Dapat ditarik kesimpulan bahwa riset ini terbebas dari heteroskedastisitas, sehingga riset yang dilakukan dengan model regresi ini dapat atau layak digunakan.

### Hasil Pengujian Hipotesis

#### 1) Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.751	1.713		.438	.662

ADVERTENSI	.001	.043	.001	.021	.984
HARGA	.558	.068	.566	8.223	.000
MUTU_LAYANAN	.338	.042	.503	8.138	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Persamaan regresi yang diperoleh sesuai tabel di atas adalah  $Y = 0,751 + 0,001 X_1 + 0,558 X_2 + 0,338 X_3$ , dapat ditunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda dalam riset ini adalah:

1. Suku konstan memiliki koefisien 0,751. Nilainya dapat diartikan bahwa elastis dependen Kepuasan Pelanggan setara dengan 0,751 ketika elastis independen Advertensi, Harga dan Mutu Layanan dianggap konstan.
2. Advertensi memiliki nilai koefisien 0,001. Artinya setiap kali elastis bebas lainnya tidak berubah, perubahan elastis Advertensi sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,01.
3. Koefisien elastis Harga adalah 0,558. Artinya setiap kali elastis Harga naik sebesar 1, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,558. Sedangkan jika semua elastis bebas lainnya tetap, maka elastis Harga akan naik sebesar 1.
4. Elastis Service Quality X3 memiliki nilai koefisien sebesar 0,338. Artinya jika elastis bebas lainnya tetap sama dan X3 bertambah 1, maka Y akan naik sebesar 0,338.

## 2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.799 <sup>a</sup>	.639	.627	1.08282	.639	56.574	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), MUTU\_LAYANAN, ADVERTENSI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa :

1. Terdapat korelasi yang kuat antara besarnya hubungan antara Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan. 62,7% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh hubungan tersebut, sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh elastis lain. Koefisien korelasi untuk ketiga elastis adalah 0,799 yang menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Karena nilai probabilitas Perubahan Sig.F adalah 0,000, maka Effect Size Indicator menunjukkan bahwa Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena nilai ini di bawah 0,05, pengaruh signifikan ini bersifat simultan..

### 3) Hasil Pengujian Parsial (Pengujian T)

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.751	1.713		.438	.662		
	ADVERTE NSI	.001	.043	.001	.021	.984	.799	1.25 2
	HARGA	.558	.068	.566	8.22 3	.000	.793	1.26 1
	MUTU_LA YANAN	.338	.042	.503	8.13 8	.000	.987	1.01 4

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Hasil pengujian :

1. Pengaruh Advertensi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan  $t(\text{hitung}) 0,021 < t(\text{tabel}) 1,66088$  dan nilai signifikan  $0,984 > 0,05$  menunjukkan bahwa advertensi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka tolak  $H_a$  dan terima  $H_0$ .

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

$t(\text{hitung}) 8,223 > t(\text{tabel}) 1,66088$  dan hasil perhitungan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka terima  $H_a$  dan tolak  $H_0$ .

3. Pengaruh Mutu Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan  $t(\text{hitung}) 8,138 > t(\text{tabel}) 1,66088$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka terima  $H_a$  dan tolak  $H_0$ .

### 4) Hasil Pengujian Simultan (Pengujian F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.000	3	66.333	56.574	.000 <sup>b</sup>
	Residual	112.560	96	1.173		
	Total	311.560	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), MUTU\_LAYANAN, ADVERTENSI, HARGA



Dari data pada tabel di atas, terlihat bahwa Kepuasan Pelanggan Y dipengaruhi oleh Mutu Pelayanan X3, Harga X2 dan Advertensi X1. Hal ini ditunjukkan melalui nilai Fhitung tabel sebesar 56,574 dan nilai probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai ini lebih rendah dari 2,70 yang berarti hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

## V. KESIMPULAN

1. Kolom R Square pada elastis advertensi melaporkan nilai R-Square sebesar 0,080. Hal ini menunjukkan bahwa 7,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh advertensi. Sisanya 92,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,984— lebih tinggi dari ambang batas 5% sebesar 0,05. Artinya  $0,984 > 0,05$ , atau dengan thitung  $> t$  tabel,  $1,621 > 1,66088$ . Akibatnya, disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
2. Kolom R Square pada elastis harga menunjukkan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 33,4%. Sisanya 66,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan bahwa nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5% yang berarti  $0,000 < 0,05$  dan Thitung  $> T$  tabel. Hal ini berarti bahwa 8,223 lebih besar dari 1,66088, yang berarti hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Nilai R Square pada kolom Service Quality memiliki besaran sebesar 22,9%. Ini berarti bahwa 22,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan mutu layanan. Sisanya 77,1% dapat dikaitkan dengan pengaruh luar lainnya yang tidak dipelajari dalam analisis ini. Selanjutnya, pengujian-t menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05— atau 5%— yang berarti signifikan lebih kecil dari 0,05. Selain itu, ketika membandingkan thitung dengan ttabel, disimpulkan bahwa 8,138 lebih besar dari 1,66088; akibatnya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
4. Dari semua pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indah Jaya Londrindo, 62,7% berasal dari pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan. 37,3% pengaruh lainnya berasal dari elastis luar yang tidak diukur oleh riset ini;  $100\% - 37,3\%$  sama dengan 62,7%. Akibatnya, pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah simultan — atau simultan dengan elastis luar lainnya. Setelah dilakukan perhitungan nilai F sebesar 56,574 maka nilai tabel untuk F adalah 2,70. Oleh karena itu, kolom COUNT untuk F hitung lebih tinggi dari F tabel; 56,574 lebih tinggi dari 2,70. Penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_a$  menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap hubungan linier antara Kepuasan Pelanggan, Harga, Mutu Pelayanan dan Advertensi. Selain itu, ini menegaskan bahwa model regresi dapat digunakan dan dianggap tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angreni, T. (2020). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Papan Nama, Media Massa Lokal, dan Potongan Harga Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Buddhi , Karawaci, Tangerang. *ECo-Buss*, 2(3 SE-Articles), 32–43. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i3.135>
- Angreni, T., Hidayat, A., Listen, G., & Yana, D. (2019). Analisis Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Going Concern Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 11(1 SE-Articles), 121–128. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i1.776>
- Chandra, Y. (2019a). PENGARUH POTENSI KEBANGKRUTAN, STRATEGI MANAJEMEN

LABA DAN RESIKO INVESTASI TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 12(1).

- Chandra, Y. (2019b). Pengaruh Strategi Manajemen Laba dan Resiko Investasi Terhadap Volume Perdagangan Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 159–165. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/96>
- Chandra, Y. (2020). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba, Dan Risiko Sistematis Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2018. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 12–28. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.366>
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3 SE-Articles), 55–63. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Farunik, C. G. (2019). Strategi Digital Leadership menurut Pendekatan Kepemimpinan Situasional. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 146–158. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE/article/view/95>
- Ginny, P. L. (2019). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Logistik Di Jakarta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2 SE-Articles), 107–128. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.172>
- Ginny, P. L., & Jasumin, R. J. (2019). Pengaruh Economic Value Added (EVA) Dan Return On Investment (ROI) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 11(2 SE-Articles), 95–106. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i2.777>
- Hernawan, E., Kusnawan, A., Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). Implementation of tax consultant monitoring information system to increase client satisfaction with E-CRM. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8 Special Issue), 2419–2428.
- Hernawan, E., Setiawan, T. S., Andy, A., & Wi, P. (2020). Mining Stock Price Index on Macro Economic Indicators. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 139–145. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/461>
- Hidayat, A. (2020a). Netflix Business Sees Unprecedented Growth Amid Covies-19 Pendemic. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 332–338.
- Hidayat, A. (2020b). New Regulation on Payment System no. 22/23/PBI/2020 by Central Bank of Indonesia. *ECo-Buss*, 3(1 SE-Articles), 1–6. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i1.179>
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *ECo-Buss*, 2(1 SE-Articles), 16–29. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i1.95>
- Komarudin, H., Irwan, I., Winata, S., & Surjana, M. T. (2019). Analisa Komparasi Ukuran Perusahaan Dan Audit Delay Antara Perusahaan Properti Dan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2015-2017. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 11(2 SE-Articles), 75–84. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i2.689>
- Limajatini, L., Murwaningsari, E., & Khomsiyah, K. (2019). Analysis of Effect of Power Distance, Power Avoidance, Individualism, Masculinity and Time Orientation Toward

- Auditing Behavior with Mediation of Locus of Control. *ECo-Fin*, 1(1 SE-Articles), 12–21. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.53>
- Limajatini, L., Murwaningsari, E., & Sellawati, S. (2019). Analysis of the Effect of Loan to Deposit Ratio, Non Performing Loan & Capital Adequacy Ratio in Profitability: (Empirical study of conventional banking companies listed in IDX period 2014–2017). *ECo-Fin*, 1(2 SE-Articles), 55–62. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i2.121>
- Limajatini, L., Winata, S., Kusnawan, A., & Aprilyanti, R. (2019). Studi Komparatif Budidaya Ikan Konsumsi Air Tawar Antara Sawangan “Bogor, Mekar Kondang” Tangerang, Dan Baros “Pandeglang Studi Kasus Ikan Gurami. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 120–131. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE/article/view/93>
- Listen, G., Angreni, T., Farunik, C. G., & Yana, D. (2020). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Padaperusahaan Manufaktur Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 144–152. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.778>
- Melatnebar, B. (2019). MENYOAL e-SPT PPH PASAL 23/ 26 DAN PKP TERDAFTAR TERHADAP PENERIMAAN PPH 23/ 26 SERTA TAX PLANNING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal Akuntansi Manajerial*, 4(2).
- Melatnebar, B. (2020). Menalar Kapabilitas Lulusan Sarjana Ekonomi Akuntansi Terhadap Aplikasi e-SPT PPH Badan Dalam Rangka Penyerapan Tenaga Kerja di Dunia Usaha. *MEDIA AKUNTANSI PERPAJAKAN*, 5(1).
- Melatnebar, B., Oktari, Y., Chandra, Y., & Vinna, V. (2020). Pengaruh Pkp, Sistem E-Faktur, Kanal E-Billing Pajak Dan E-Filling Terhadap Jumlah Penerimaan Ppn Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Direktorat Jenderal Pajak. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(2 SE-Articles), 106–117. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i2.490>
- Mukin, A. U., & Oktari, Y. (2019). Effect of Company Size, Profitability, and Leverage on Tax Avoidance. *ECo-Fin*, 1(2 SE-Articles), 63–75. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i2.123>
- Natalia, D., Sutisna, N., & Farunik, C. G. (2020). The Influence of Price and Quality of Products on The Purchase Decision of Bread Products. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 146–151. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/534>
- Oktari, Y., & Liugowati, L. (2019). The Effect of Intellectual Capital and Corporate Social Responsibility on Company Performance (Empirical Study on Banking Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013-2017). *ECo-Fin*, 1(1 SE-Articles), 34–42. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.56>
- Parameswari, R. (2020). THE EFFECT QUALITY TANGERANG LIVE TO PUBLIC SATISFACTION IN TAMAN ROYAL 2. *Parapolitika : Journal of Politics and Democracy Studies*, 1(1 SE-Articles). <https://parapolitika.upnvj.ac.id/index.php/pp/article/view/7>
- Parameswari, R., Pujiarti, P., & Hernawan, E. (2020). Adaptation Of Disruption In Fast Food Companies In The New Normal Era. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3 SE-Articles), 89–95. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.396>
- Parameswari, R., Tholok, F. W., & Pujiarti, P. (2020). THE EFFECT OF PROFESSIONALISM ON EMPLOYEE WORK PRODUCTIVITY AT SAKURA JAYA COMPANY. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2 SE-Articles), 56–68. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.352>

- Pujiarti, P., Satrianto, H. S., & Angreni, T. A. (2019). The Effect of Work Environment and Motivation on Job Satisfaction . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 150–155. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/541>
- Purnama, O., Hanitha, V., & Angreni, T. A. (2020). Financial Statement Analysis to Assess Company Financial Performance. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 168–174. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/537>
- Purnama, O., Hanitha, V., & Listen, G. (2019). The Effectiveness of Promotion, Location and Brand Image on Motorcycle Purchase Decisions. *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 156–164. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/542>
- Trida, T., Jenni, J., & Salikim, S. (2020). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Kepercayaan Terhadap Aparat Pajak, Manfaat Yang Dirasakan, Persepsi Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Dan Tingkat Penghasilan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Menjalankan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(2 SE-Articles), 25–36. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i2.495>
- Wi, P. (2020). Fator “Faktor Yang Mempengaruhi Auditor Switching (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2018). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 1–11. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.365>
- Wi, P., & Anggraeni, D. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KARYAWAN PERUSAHAAN UNTUK BERINVESTASI DI PASAR MODAL PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1 SE-), 81–89. <https://doi.org/10.46306/rev.v1i1.15>
- Wibowo, F. P., & Listen, G. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Media Bernas Jogja. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 93–103. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/91>
- Winata, S., Kusnawan, A., Limajatini, L., & Hernawan, E. (2020). Ethical Decision Making Based On The Literature Review Of Ford & Richardson 1962 - 1993. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(1 SE-Articles), 1–8. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i1.286>
- Winata, S., & Limajatini, L. (2020). Accountant’s Ethical Orientations Under Ethical Decision Making Literatures Review Of Accounting’s Aspect From 1995 To 2012. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(2 SE-Articles), 88–105. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i2.499>
- Yoyo, T., & Listen, G. (2020). The Effect Of Promotion, Price, And Quality Of Service In Decision Making Using Online Transportation. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 152–160. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/535>
- Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2019). Analysis of Store Location and Atmosphere the Effect on Consumer Purchase Interest at Centro Department Store . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 144–149. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/540>
- Yulia, Y. (2019). *Bab iii. metoda penelitian*. 2007, 45–61.