



Pengaruh Niat Beli: Analisis Persepsi Harga, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan

Eric Hermawan

Dosen Institut STIAMI, Jakarta, email: erichermawan493@gmail.com

Corresponding Author: Eric Hermawan

Abstract: *The Literature Review Article Building Purchase Intentions: Corporate Image, Product Knowledge and Price Perception 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 this Literature Review article is using 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) Corporate Image is related to Purchase Intention; 2) Product Knowledge relates to Purchase Intention; and 3) Perceived Price is related to Purchase Intention. Apart from these 3 exogenous variables that affect the endogenous variable Purchase Intention there are many other factors including the variable Place, Service Quality and Product Quality.*

Keywords: *Corporate Image, Product Knowledge, Price Perception, Purchase Intention*

Abstrak: Artikel Literature Review Membangun Niat Beli: Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk dan Persepsi Harga merupakan artikel ilmiah yang bertujuan membangun hipotesis riset pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada riset selanjutnya, dalam ruang lingkup ilmu Manajemen Pemasaran. Metode penulisan artikel Literature Review ini yaitu menggunakan metode *library research*, yang bersumber dari media *online* seperti *Google Scholar*, *Mendeley* dan media *online* akademik lainnya. Hasil penelitian ini yaitu: 1) Citra Perusahaan berhubungan dengan Niat Beli; 2) Pengetahuan Produk berhubungan dengan Niat Beli; dan 3) Persepsi Harga berhubungan dengan Niat Beli. Selain dari 3 variabel exogen ini yang mempengaruhi variabel endogen Niat Beli masih banyak faktor lain di antaranya adalah variabel Tempat, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk, Persepsi Harga, Niat Beli

PENDAHULUAN

Dalam menentukan keputusan berbelanja, tentunya diawali dengan niat beli. Namun calon pembeli dapat mengurungkan niat belinya karena beberapa faktor, sehingga berkurang penjualan atau pendapatan yang seharusnya kita terima dari penjualan tersebut. Untuk itu

pihak manajemen perlu memperhatikan aspek-aspek yang berkenaan dengan Manajemen Pemasaran untuk mempercepat tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi. Dalam hal ini Citra Perusahaan, Pengetahuan Produk dan Persepsi Harga menjadi indikator yang perlu diteliti oleh peneliti dalam menentukan Niat Beli. Karena Niat Beli seseorang akan berdampak terhadap penjualan dan keuntungan yang diperoleh organisasi atau perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Niat Beli ?.
2. Apakah Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Niat Beli ?.
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Niat Beli ?.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah metode kualitatif dan penelitian kepustakaan (library research). Teliti teori dan hubungan atau pengaruh antara variabel buku dan jurnal baik offline di perpustakaan maupun online melalui Mendeley, Google Scholar dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, tinjauan pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan yang diajukan peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif adalah penelitian bersifat eksploratif (Ali & Limakrisna, 2013). Pada langkah selanjutnya dibahas secara rinci pada bagian “Literatur terkait” atau “Review of literature” sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis dan pada langkah terakhir, kedua literatur tersebut menjadi titik tolak untuk membandingkan hasil dan pengamatan. - hasil belajar (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori dan tabel penelitian terdahulu yang relevan, maka didiskusikan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Niat Beli

Citra perusahaan merupakan reputasi yang diberikan publik kepada sebuah perusahaan atau organisasi. Perusahaan yang baik tentu memiliki citra atau pandangan yang baik dimata publik, dimana setiap apa yang dilakukan perusahaan tersebut akan dianggap baik. Berbanding terbalik jika citra perusahaan buruk, maka setiap keputusan atau kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut akan dinilai buruk oleh publik. Setiap perusahaan dapat meningkatkan atau memperbaiki citra perusahaannya, agar menarik publik mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan, baik produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Niat Beli, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Ali et al., 2016), (Wahono & Ali, 2021), (Iryani et al., 2021), (Hasyim & Ali, 2022), (Kholisoh & Ali, 2020), (Fauzi & Ali, 2021), (Ali, Zainal, et al., 2022).

2. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli

Pengetahuan produk merupakan indikator dimana produsen mengetahui produk yang sedang ia tawarkan ke konsumen atau publik, dengan harapan mencapai tujuan penjualan. Apabila produsen mampu menguasai pengetahuan produknya, tentu akan menarik niat beli konsumen. Kemudian sales perusahaan diharuskan mengetahui produk yang hendak ia tawarkan, dengan begitu mampu menjawab semua pertanyaan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.

Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Niat Beli, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Ilhamalimy & Ali, 2021), (Setyadi & Ali, 2017), (Octavia & Ali, 2017), (Larasetiati & Ali, 2019), (Fahmi & Ali, 2022), (Hernikasari et al., 2022).

3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Niat Beli

Persepsi harga merupakan anggapan seseorang mengenai harga yang ditawarkan pada sebuah produk atau jasa apakah terjangkau, mahal dan murah. Indikator harga juga dapat mempengaruhi seseorang melakukan pembelian. Perusahaan harus menentukan harga produk/ jasa sesuai dengan target pasar, sehingga konsumen tidak memiliki anggapan yang tinggi terhadap persepsi harga. Dengan harga yang masuk akan sesuai dengan fungsi dan kualitasnya, konsumen akan tertarik dan meningkatkan niat belinya.

Persepsi Harga berpengaruh terhadap Niat Beli, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Assagaf & Ali, 2017), (Riyanto et al., 2017), (Mansur & Ali, 2017), (Ali, Sastrodiharjo, et al., 2022), (M & Ali, 2017), (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, dan penelitian terdahulu serta pembahasan, maka diperoleh kerangka berpikir sebagai berikut:

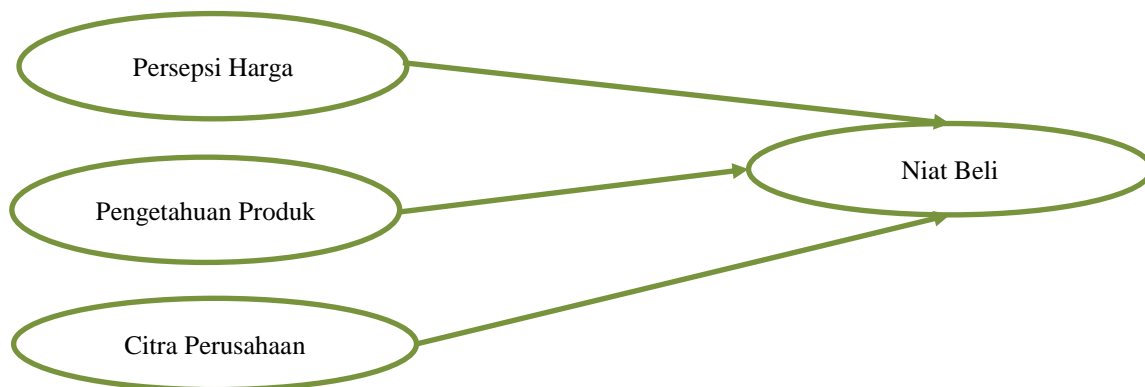


Figure 1. Conceptual Framework

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas, maka: Pesepsi Harga, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Niat Beli. Selain dari variabel Pesepsi Harga, Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan yang mempengaruhi Niat Beli. Masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Niat Beli, di antaranya adalah:

- 1) Product Quality: (Maharani & Saputra, 2021), (Sudiantini & Saputra, 2022), (Havidz et al., 2017), (M. R. Putra et al., 2020), (Mahaputra & Saputra, 2021).
- 2) Place: (F. Saputra & Mahaputra, 2022b), (Desmiwerita & Saputra, 2019), (E. B. Saputra et al., 2019), (E. B. Saputra, 2022), (F. Saputra & Saputra, 2021), (Zulhendra & Nofrialdi, 2022).
- 3) Service Quality: (Darwisayah 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).
- 4) Discount: (Ridwan et al., 2020b), (Widodo et al., 2020), (Bimaruci et al., 2020), (Maida et al., 2017), (Desfiandi et al., 2019), (R. F. A. Saputra et al., 2021), (Yeni et al., 2019).
- 5) Product Design: (Larasati et al., 2018), (Elmi et al., 2016), (Al Hafizi & Ali, 2021), (Wijaksono & Ali, 2019), (Masruri et al., 2021), (Harahap & Ali, 2020), (Khalid, S. A., & Ali, 2006), (Doan & Ali, 2021), (BAstAri, A., & Ali, 2020), (Suleman et al., 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori dan pembahasan diatas, maka peneliti dapat simpulkan hipotesis guna riset selanjutnya, yaitu:

1. Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Niat Beli
2. Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap Niat Beli
3. Persepsi Harga berpengaruh terhadap Niat Beli

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat faktor lain yang mempengaruhi Niat Beli yang dapat digunakan untuk riset selanjutnya, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Tempat, Harga, Potongan Harga dan Desain Produk.

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*.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deppublish: 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., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Pengukuran Organizational Citizenship Behavior : Beban Kerja , Budaya Kerja dan Motivasi (Studi Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 83–93.
- 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>
- Assagaf, A., & Ali, H. (2017). Determinants of Financial Performance of State-Owned Enterprises with Government Subsidy as Moderator. *International Journal of Economics and Financial Issues*.
- BAstAri, A., & Ali, H. (2020). Service Performance Model Through Work Motivation: Analysis of Transformational Leadership, Managerial Coaching, and Organizational Commitments (At the Regional Development Bank of South Kalimantan). *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12).
- 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., Fionita, I., & Ali, H. (2017). Implementation of the information systems and the creative economy for the competitive advantages on tourism in the province of Lampung. *International Journal of Economic Research*.
- 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>
- Doan, A. N. G., & Ali, H. (2021). Repurchase Model Through Purchase Decision: Analysis of Product and Price Effect on Dulux Paint Consumers in DKI Jakarta and Tangerang Area. *Dinasti International Journal of Economic, Finance, and Accounting*, 2(1), 92–108.
- 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*.
- 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>
- Harahap, E. H., & Ali, H. (2020). MANAGERIAL PERFORMANCE MODEL THROUGH DECISION MAKING AND EMOTIONAL INTELLIGENCE IN PALUTA DISTRICT. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(2), 358–372. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- 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, 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.
- 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>
- Inggrawan, Y. A. (2010). STUDI TENTANG CITRA PERUSAHAAN MELALUI KREDIBILITAS PERUSAHAAN PADA PT BNI (PERSERO) TBK DI SEMARANG. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(1), 32–44.
- 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.

- Khalid, S. A., & Ali, H. (2006). Organizational citizenship behavior, turnover intention, and absenteeism among hotel employees. *Malaysian Management Review*, 41(1).
- 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*.
- 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>
- 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>
- Mansur, S., & Ali, H. (2017). Impact of customer engagement to reputation of the Bri Syariah Indonesia. *International Journal of Economic Research*.
- Masruri, M., Ali, H., & Rosadi, K. I. (2021). Pengelolaan Keuangan Dalam Mempertahankan Kualitas Pondok Pesantren Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 644–657. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.573>
- Mukhtar, M., Ali, H., & Jannah, S. (2016). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Pengembangan Karir Kementerian Agama Provinsi Jambi. *IOSR Jurnal Bisnis Dan Manajemen (IOSR-JBM)*, 18(11), 65–74.
- 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*.
- Narpati, B., Andrian, A., & Nursal, M. F. (2020). Pengaruh Turnover Intention Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Sales Promotion Girl (Spg) Matahari Department Store – Bekasi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 174–188. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.4819>
- 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*.
- 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>
- 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*.
- Riyanto, S., Yanti, R. R., & Ali, H. (2017). The Effect of Training and Organizational Commitment on Performance of State University of Jakarta Student Cooperative (KOPMA UNJ) Management. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- 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. (2021). Leadership , Communication , And Work Motivation In Determining The Success Of Professional Organizations. *Journal of Law Politic and Humanities*, 1(2), 59–70.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022a). Building Occupational Safety and Health (K3): Analysis of the Work Environment and Work Discipline. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(3), 105–114.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022b). 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. (2022c). 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. (2022). Analysis of the Effect of Attitudes and Good Behavior on Character Building (Literature Review Study). *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(2), 143–152.
- 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
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p19>
- Setiyaningrum, A. C. (2019). Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 824–831.

- 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.
- Suak, R., Adolfina, & Uhing, Y. (2017). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Sutanraja Hotel Amurang. *Emba*, 5(2), 1050–1059.
- Suarjana, I. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 251833. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i04.p08>
- 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.
- Sudiantini, D., Sastrodiharjo, I., Narpati, B., & Indrianna, K. (2022). Testing the Structural Equation of Organizational Culture Modeling as a Moderator of Public Services. *Journal of Accounting and Finance Management*, 2(6), 218–223.
- Suharyono, & Ali, H. (2015). PENGARUH MOTIVASI, KEDISIPLINAN DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP PRESTASI KERJA PEGAWAI PADA DINAS SOSIAL TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI KABUPATEN BATANG HARI. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(2), 78–86.
- 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>
- Sulistiyanto, F. X. W. S., & Munisih, S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pedagang Besar Farmasi PT. *Sakapilar Semarang*. 13(1), 1277–1283.
- Sunarto, A., Umi, R., & Ciptaningsih, E. M. S. S. (2017). Pengaruh Reward (Penghargaan), Punishment (Hukuman) Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Asuransi Sinarmas Jakarta Pusat. *Pascasarjana Universitas Pamulang*, 2017, 1–20.
- 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>
- Widhiastana, N. D., Wardana, M., & Sudibya, I. G. A. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Penghargaan Terhadap Kreativitas Dan Kinerja Pegawai Di Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 223–250.
- 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*.
- Wijaksono, D., & Ali, H. (2019). Model Repurchase Intentions: Analysis of Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, and Brand Loyalty (Case Study Private Label on Store Alfamidi In Tangerang). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(5), 371–380. <https://doi.org/10.21276/sjhss.2019.4.5.10>
- Wydyanto, A. Y. (2020). *Model citra merek dan pembelian: persepsi harga dan kualitas produk (tinjauan pustaka pemasaran pengelolaan)*. 1, 275–285. <https://doi.org/10.31933/JAFM>
- 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.