



DOI: <https://doi.org/10.38035/jgit.v2i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Efisiensi Operasional, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Strategi Berkelanjutan.

Sinta Komalasari¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, sintakomalasari807@gmail.com

Corresponding author: sintakomalasari807@gmail.com¹

Abstract : *The effect of Operational Efficiency, Product Quality, and Customer Satisfaction on Sustainable Strategy is a scientific article of literature study within the scope of Strategic Management. The purpose of this article is to build a hypothesis of the influence between variables that will be used in further research. The object of research on online libraries, Google Scholar, Mendeley and other academic online media. Research methods with library research sourced from e-books and open access e-journals. Qualitative descriptive analysis. The results of this article: 1) Operational Efficiency affects Sustainable Strategy; 2) Product Quality affects Sustainable Strategy; and 3) Customer Satisfaction affects Sustainable Strategy.*

Keyword: *Sustainable Strategy, Operational Efficiency, Product Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak: Efisiensi Operasional, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Strategi Berkelanjutan adalah artikel ilmiah studi pustaka dalam ruang lingkup Manajemen Strategik. Tujuan artikel ini adalah untuk membangun hipotesis pengaruh antar variabel yang akan digunakan dalam penelitian lebih lanjut. Objek riset pada pustaka online, *Google Scholar*, *Mendeley* dan media *online* akademik lainnya. Metode riset dengan *library research* bersumber dari *e-book* dan *open access e-journal*. Analisis deskriptif kualitatif. Hasil artikel ini: 1) Efisiensi Operasional berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan; 2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan; dan 3) Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Berkelanjutan , Efisiensi Operasional , Kualitas Produk , Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Di masa bisnis modern, semakin kompetitif, bisnis perlu mengintegrasikan efisiensi operasional terintegrasi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan untuk mendukung keberlanjutan bisnis jangka panjang. Kinerja ini sangat penting bagi bisnis karena termasuk

keunggulan kompetitif. Dalam lingkungan bisnis perlu lebih meningkatkan kinerja mereka untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi pasar mereka (Ali, 2024).

Dalam kasus ilmiah, artikel ini adalah penelitian sebelumnya, Artikel ini diperlukan untuk memperkuat teori yang diselidiki, pengaruh antar variabel, dan membangun hipotesis. Artikel ini adalah studi tentang tinjauan literatur di bidang strategi berkelanjutan dan manajemen strategis, menjelaskan dampak efisiensi operasional, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Tujuannya adalah untuk memahami hubungan antara efisiensi operasional, kualitas produk dan kepuasan konsumen sehingga perusahaan dapat berkonsentrasi pada aspek untuk meningkatkan daya saing di pasar global selama globalisasi, berkewajiban untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

METODE

Studi ini adalah studi kualitatif sekunder. Data penelitian yang sebelumnya dicapai sehubungan dengan topik temuan penelitian. Penelitian ini adalah untuk sumber informasi untuk jurnal sastra akses terbuka seperti Goggle Scholar dan Mendelay.. Metode penelitian ini adalah tinjauan literatur sistematis dan penelitian perpustakaan di mana para peneliti mengidentifikasi, mengevaluasi, mengevaluasi, dan menafsirkan temuan penelitian (Ali et al., 2016). Analisis teknis data yang digunakan adalah analisis kualitatif di mana argumen kesimpulan menggunakan data survei perpustakaan digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, hasil dari artikel ini adalah sebagai berikut:

Strategi Berkelanjutan

Strategi Berkelanjutan adalah pendekatan yang diterapkan oleh organisasi, perusahaan, atau lembaga untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan mempertimbangkan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Semakin berkembangnya industri dan teknologi maka memberikan implikasi terhadap kebutuhan perusahaan dan motivasi untuk bertumbuh berkelanjutan (Ong & Mahazan, 2020). Strategi Berkelanjutan Banyak faktor lingkungan yang berbeda yang berkaitan dengan cara suatu organisasi terkait dengan lingkungannya. (Yenny Dwi Suharyani, 2023).

Faktor yang mempengaruhi strategi berkelanjutan, yaitu kapasitas transportasi lingkungan dengan cara untuk membatasi pertumbuhan populasi pada jumlah kelompok yang tidak dapat lagi membatasi aktivitas manusia yang berperan dalam perubahan lingkungan (A. C. G. Putri et al., 2021)

Strategi Berkelanjutan ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Saputri & Muharam, 2024), (Suparmoko, 2020), (Nasution et al., 2024).

Efisiensi Operasional

Efisiensi Operasional adalah kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya, seperti sumber daya manusia, bahan baku, dan teknologi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau layanan dengan biaya yang lebih rendah dan waktu yang lebih sedikit tanpa mengurangi standar kinerja (Budiman, 2025). Bahwa efisiensi merupakan prinsip pada pencapaiannya yang optimal dalam hubungan yang diperlukan baik usaha maupun hasil yang dihasilkan (Ali. H 2017).

Efisiensi Operasional sangat penting mengingat pasar yang sangat kompetitif dan perubahan cepat dalam permintaan konsumen tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu

melakukan proses produksi yang lebih baik (Astuti 2025). Indikator faktor-faktor yang berpengaruh pada Kelola biaya operasi pendapatan untuk mengukur keterampilan manajemen perusahaan dari perusahaan efisiensi penjualan Tujuannya adalah bahwa setiap kegiatan membutuhkan sumber daya Kinerja manajemen dalam penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut (Junaidi, 2018). Nilai perusahaan sangat penting untuk dipertimbangkan karena mengharuskan untuk membangun perusahaan yang lebih maju, ditandai dengan investasi lanjutan pada pemegang saham (Rika Widianita, 2023).

Efisiensi Operasional ini sering dipertimbangkan oleh peneliti sebelumnya termasuk oleh (Junaidi, 2018), (Agung et al., 2024), dan (Nurkhalifa et al., 2021)

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah pengembangan dan persaingan di dunia bisnis yang semakin kejam, dan produsen-produsen harus lebih inovatif dan kreatif sehingga mereka dapat menarik pelanggan potensial untuk membeli. Dengan persaingan yang semakin keras ini, perusahaan perlu menyediakan produk berkualitas tinggi dan memiliki nilai tambah yang berbeda dengan pesaing mereka (Suari, 2019).

Kualitas produk adalah pertimbangan konsumen saat membeli pembelian, desain produk itu sendiri, desain unik yang dapat mencegah konsumen, dan dapat membuat kesan yang baik pada produk. Dengan pengembangan yang semakin canggih, desain produk menjadi perhatian bagi konsumen yang telah memilih untuk membeli (Telagawathi, 2019). Dimensi faktor-faktor yang mempengaruhi produk pada Kualitas Produk adalah suatu bedapat dilakukan dengan cara melihat sifat bahan baku dan pendukung. Produk yang hendak dihasilkan harus disesuaikan dengan spesifikasi yang berlaku dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen yang disesuaikan (Intan & Supriyadi, 2024).

Kualitas Produk ini sering dipertimbangkan oleh peneliti sebelumnya termasuk oleh (Maria & Anshori, 2016) dan (Haque, 2020).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan upaya pemasaran di suatu perusahaan dengan kepuasan pelanggan yang dapat meningkatkan pelayanan pembelian pada pelanggan yang bertanggung jawab yang terpenuhi Loyalitas pelanggan adalah ukuran pelanggan yang menjalankan pembeli lain (Edwin, 2017).

Kepuasan Konsumen adalah seseorang yang berasal dari perbandingan kinerja kerja real atau aktual dengan produk yang diharapkan. Kepuasan Konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian konsumen yang diukur dari sebaik apa harapan konsumen dan pelanggan terpenuhi (Edwin, 2017). Faktor -faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen bervariasi berdasarkan industri dalam kategori produk, harga, kualitas layanan dan karakteristik individu kepada konsumen. Kualitas layanan konsumen memiliki dampak yang signifikan pada loyalitas pelanggan, sementara harga memiliki dampak signifikan pada layanan transportasi loyalitas online pelanggan, kualitas layanan, harga dan kepuasan pelanggan (Nursodik et al., 2023)

Kepuasan Konsumen ini sering dipertimbangkan oleh peneliti sebelumnya termasuk oleh (Azis, 2020), (Asiva Noor Rachmayani, 2015), dan (L. A. Putri & Ali, 2024).

Review Artikel Releven

Tinjauan artikel sebagai dasar untuk menentukan hipotesis penelitian, seperti yang ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini, dengan menjelaskan persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan desain penelitian yang terkait.

Tabel 1 : Hasil Penelitian Releven

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan dengan artikel ini	H
1	Budiman (2025)	Efisiensi Operasional dan perusahaan berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Berkelanjutan	Meningkatkan produktivitas berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	Keunggulan bersaing terhadap Strategi Berkelanjutan	H1
2	Astuti (2025)	Efisiensi Operasional dan produksi berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Berkelanjutan	Efisiensi Operasional berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	Rantai pasok berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	H1
3	Dovina, (2024)	Kualitas Produk dan Desain Produk sangat berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Berkelanjutan	Memberikan informasi tentang suatu produk dengan bersifat informatif	Prodok secara objektif berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	H2
4	Intan & Supriyadi (2024)	Kualitas dan spesifikasi produk memiliki dampak positif dan penting pada strategi berkelanjutan	Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing perusahaan.	Manufaktur berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	H2
5	Ali, (2022)	Kepuasan Konsumen dan kekuatan strategi berpegaruh positif terhadap Strategi Berkelanjutan	Kepuasan konsumen memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi berkelanjutan.	Loyalitas Pelanggan berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	H3
6	Nursodik (2023)	Kepuasan Konsumen dan Industri berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Berkelanjutan	Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	Harga Produk berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan	H3

Pembahasan

Berdasarkan penelitian teoritis, ringkasan ulasan artikel-artikel terkait, analisis pengaruh antara variabel dan menciptakan rencana penelitian pemikiran konseptual :

Pengaruh Efisiensi Operasional terhadap Strategi Berkelanjutan.

Efisiensi Operasional sebagai faktor penting untuk kinerja keuangan yang berkelanjutan, terutama di negara-negara berkembang seperti indonesia. Untuk mengatasi tantangan infrastruktur dan alokasi sumber daya perusahaan di indonesia harus memprioritaskan peningkatan efisiensi operasional, mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas untuk mencapai hasil keuangan (Judijanto, 2024).

Prinsip atau konsep efisiensi operasional adalah optimalisasi sumber daya untuk secara efektif menggunakan bahan baku, karyawan, dan waktu untuk mengurangi limbah, meningkatkan produktivitas, mengelola biaya dengan baik, dan memungkinkan semua sistem untuk memberikan nilai tambah kepada perusahaan. Efisiensi perusahaan mempengaruhi strategi keberlanjutannya. Jika efisiensi operasional dirasakan dengan benar, strategi berkelanjutan akan dirasakan dengan benar dan sebaliknya. Semakin rendah biaya pendapatan operasional, semakin efisien bank akan dan secara aktif berkontribusi pada layanan keuangan. Karena Anda dapat mencapai pendapatan yang lebih tinggi dengan biaya lebih tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi operasional adalah manajemen biaya dalam mengimplementasikan kegiatan operasional seperti manajemen kerja, biaya manajemen, dan biaya teknis (Rika Widianita, 2023).

Untuk meningkatkan Strategi Berkelanjutan dengan memperhatikan Efisiensi Operasional, maka harus dilakukan oleh manajemen adalah melakukan laporan berkelanjutan yang menggambarkan pencapaian efisiensi operasional dan dampaknya terhadap berkelanjutan, dimana bahwa kepentingan untuk mendapatkan dukungan terhadap program berkelanjutan.

Efisiensi Operasional berpengaruh terhadap Strategi Berkelanjutan, ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Ali, 2024) dan (Syafi'i et al., 2023).

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Strategi Berkelanjutan.

Kualitas produknya adalah bahwa pasar online saat ini berkembang sangat cepat di Indonesia. Karena itu, penting untuk memeriksa dengan cermat saat mengembangkan rencana di perusahaan Anda. Rencana bisnis jangka panjang perlu mencerminkan dinamika pasar di mana perusahaan terus berubah. Kualitas produk mempengaruhi strategi berkelanjutan jika kualitas produk diakui dengan baik. Strategi berkelanjutan diakui dengan baik dan sebaliknya. Misalnya, di pasar yang sangat kompetitif, teknologi yang terus berubah dan sukses di pasar yang stabil tidak akan berhasil. Perusahaan harus gesit atau responsif untuk mempertahankan strategi bisnis yang menguntungkan di lingkungan yang berubah (Haryono & Marniyati, 2018).

Sebagai aturan, aspek kualitas produk berkualitas tinggi menciptakan kepercayaan yang kuat di antara pelanggan. Kepercayaan ini membantu bisnis membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang mendukung strategi perusahaan berkelanjutan mereka. Berikut faktor-faktor pengaruhnya :

- Bahan baku yang berkualitas = Pemilihan bahan baku yang ramah dan berkualitas yang tinggi sangat penting
- Produksi yang efisien = Teknologi dan proses yang digunakan harus meminimalkan limbah dan emisi
- Pekerjaan Kualitas = Pengembangan Tenaga Kerja memainkan peran penting dalam mempertahankan standar proses produksi yang tinggi

Kualitas produk berperan dalam strategi berkelanjutan. Ini didasarkan pada studi yang dilakukan oleh (Fitri & Hotel, 2023) dan (Kusumawati, 2024).

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Strategi Berkelanjutan.

Kepuasan Konsumen adalah hubungan antara tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan kemampuan yang dirasakan oleh pelanggan dan kemampuan perusahaan untuk merancang atau menerapkan strategi yang dapat bertahan dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen bagaimana produk atau layanan memenuhi harapan pelanggan yang berdampak langsung pada perusahaan, dan efektivitas operasional. Aspek Kepuasan Konsumen ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas produk atau layanan, mereka untuk kembali dan melakukan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan ini membantu perusahaan mempertahankan

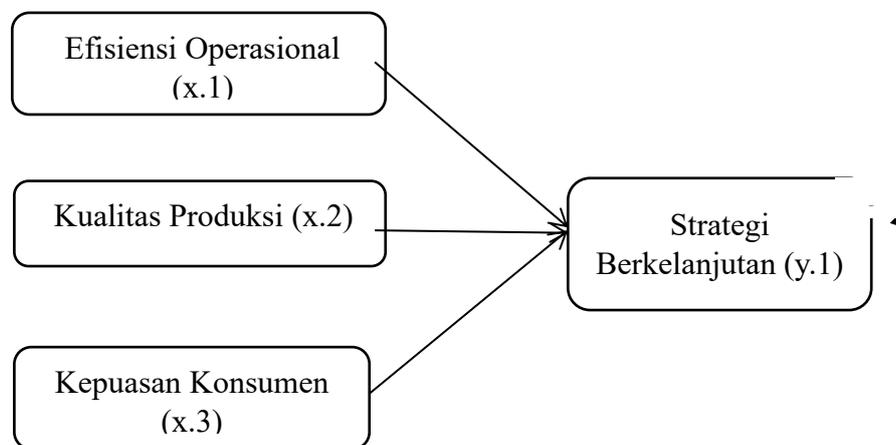
pangsa pasar dan mengurangi biaya akuisisi pada pelanggan baru. Hal ini dapat menciptakan siklus positif yang mendukung keberlanjutan pada perusahaan termasuk efisiensi dalam penggunaan sumber daya, inovasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, dan pengurangan risiko kehilangan pelanggan (Martinus Hia et al., 2022).

Kepuasan konsumen mempengaruhi strategi yang berkelanjutan. Jika kepuasan konsumen sepenuhnya dirasakan, strategi berkelanjutan juga dirasakan dengan baik dan sebaliknya. Ini dapat menjelaskan kebutuhan untuk memeriksa masalah kualitas produk mengenai kepuasan konsumen. Karena harga produk memengaruhi persepsi produk konsumen, merupakan pertimbangan penting bagi konsumen untuk membeli produk dalam bisnis (Edwin, 2017).

Kepuasan konsumen berperan dalam strategi berkelanjutan. Ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Edriani, 2021), dan (Andhini, 2017).

Kerangka konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, pembahasan dan penelitian terkait, maka di perolah kerangka kerja konseptual artikel ini seperti yang ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka kerja konseptual di atas strategi dengan efisiensi operasional, kualitas produk, kepuasan pelanggan. Ada banyak variabel lain, termasuk, kecuali untuk tiga variabel eksogen yang mempengaruhi strategi yang sedang berlangsung :

- 1) Regulasi Lingkungan: (Ali et al., 2022), (Novansa & Ali, 1926), (Ali & Mappesona, 2016)
- 2) Permintaan Konsumen: (Ali et al., 2018), (Sitio & Ali, 2019), (Martinus Hia et al., 2022)
- 3) Teknologi : (M & Ali, 2017), (Ali et al., 2016), (Ali et al., 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil, dan diskusi artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk penelitian lebih lanjut :

- 1). Efisiensi perusahaan berdampak pada strategi berkelanjutan
- 2). Kualitas produk memengaruhi strategi yang berkelanjutan
- 3). Kepuasan pelanggan memengaruhi strategi yang berkelanjutan

REFERENSI

Agung, I. G., Pramita, A., Pande, P., Dewi, R. A., & Budiadnyani, N. P. (2024). *Peran Efisiensi Operasional Dan Risiko Kredit Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Bank Perkreditan Rakyat*. 13(4), 1115–1122.

- Ali, H. (2022). Jurnal Riset Ilmiah. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(01), 15–18.
- Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pemasaran Manajemen Digital*, 2(2), 72–81. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Ali, H., Limakrisna, N., & Jamaluddin, S. (2016). Model of customer satisfaction: The empirical study at Bri in Jambi. *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Ali, H., & Mappesona, H. (2016). Build brand image: Analysis Service Quality and Product Quality (case study at Giant Citra Raya). *International Journal of Economic Research*.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS) The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- 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>
- Andhini, A. (2017). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE SHOPPING Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–23.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN: STUDI KASUS GOLD'S GYM BANDUNG*. 6.
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Dovina. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 148–162. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2645>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Edwin, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Intan, S. N., & Supriyadi, E. (2024). *Identifikasi Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk Dan Perancangan Perbaikan Kualitas Produk Menggunakan Metode Taguchi: Systematic Literature Review*. 12(01), 77–81.
- Judijanto, L. (2024). *Analisis Efisiensi Operasional , Manajemen Risiko , dan Pengelolaan Sumber Daya terhadap Keberlanjutan Kinerja Keuangan Perusahaan di Indonesia*. 3(03), 254–264.
- Junaidi, L. D. (2018). Pengaruh Efisiensi Operasional Dengan Kinerja Profitabilitas Pada Sektor Manufaktur Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Warta Edisi*, 53(9), 1689–1699.
- 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>

- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Martinus Hia, A., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjo Sri Sumartyo. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 368–379. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.48>
- Nasution, A. M., Ulfa, N., & Harahap, N. (2024). Strategi Perencanaan Pembangunan Berkelanjutan. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 208–216. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Trending/article/view/1943>
- Novansa, H., & Ali, H. (1926). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Nurkhalifa, U., Machpudin, A., & Setiawati, R. (2021). Pengaruh Kecukupan Modal dan Efisiensi Operasional terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Umum Konvensional di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 85–98.
- Nursodik, A., Saefullah, A., Ali, U., Destiana, S., Lolyta, P., Pardian, R., & Adiguna, P. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah Kota Tangerang (Studi Kasus Kepuasan Konsumen di UD. Mekar Jaya Buah). *Jurnal Multidisiplin Indonesia (JOUMI)*, 1(3), 9–19.
- Ong, J. O., & Mahazan, M. (2020). Strategi Pengelolaan SDM dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan Berkelanjutan di Era Industri 4.0. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 159–168. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6252>
- Putri, A. C. G., Muhammad, M., & Fandeli, C. (2021). Strategi pengelolaan pariwisata berkelanjutan di kawasan wisata alam sumber maron, kabupaten Malang. *Jurnal Teknosains*, 11(1), 51. <https://doi.org/10.22146/teknosains.59115>
- Putri, L. A., & Ali, H. (2024). *Pengaruh Sistem Informasi Terhadap Inovasi Digital , Transformasi Digital , dan Customer Relationship Management (CRM)*. 1(3), 117–127.
- Rika Widianita, D. (2023). NILAI PERUSAHAAN YANG DIPENGARUHI OLEH EFISIENSI OPERASIONAL, KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN INTELLECTUAL CAPITAL. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Saputri, F. R., & Muharam, H. (2024). *ANALISIS PROFITABILITAS , FINANCIAL LEVERAGE , ASSET EFFICIENCY , DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP SUSTAINABLE GROWTH RATE*. 13(2016), 1–12.
- Sitio, T., & Ali, H. (2019). Patient Satisfaction Model and Patient Loyalty: Analysis of Service Quality and Facility (Case Study at Rawamangun Special Surgery Hospital). *Scholars Bulletin*. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i10.002>
- Suparmoko, M. (2020). Pembangunan Nasional Dan Regional. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(1), 39–50.
- Syafi'i, A., Brawijaya, A., & Hakim, A. R. (2023). Strategi Inovatif Manajemen Dan Bisnis Di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini Terhadap Keberlanjutan Dan Kinerja Organisasi. *Jurnal Visionida*, 9(2), 191–198. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i2.11069>
- Yenny Dwi Suharyani, D. (2023). Perencanaan Strategis Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 2(2), 767–778.