



DOI: <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i1>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## **Pengaruh Inovasi Produk, Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan terhadap Strategi Bisnis Startup**

**Iqbal Hawari<sup>1</sup>, Hapzi Ali<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, [iqball18066@gmail.com](mailto:iqball18066@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, [hapzi.ali@gmail.com](mailto:hapzi.ali@gmail.com)

Corresponding Author: [iqball18066@gmail.com](mailto:iqball18066@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstrak:** Pengaruh Inovasi Produk, Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan terhadap Strategi Bisnis Startup adalah artikel ilmiah studi pustaka dalam ruang lingkup bidang ilmu. Tujuan artikel ini membangun hipotesis pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada riset selanjutnya. 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) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup; 2) Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup; dan 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup.

**Kata Kunci :** *Strategi Bisnis Startup, Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Kepuasan Pelanggan*

**Abstract:** *The effect of Inovasi Produk, Pemasaran Digital and Kepuasan Pelanggan on Strategi Bisnis Startup is a scientific article in the literature study within the scope of the field of science. The purpose of this article is to build a hypothesis of the influence between variables that will be used in further research. Research objects in online libraries, Google Scholar, Mendeley and other academic online media. The research method with the research library comes from e-books and open access e-journals. The results of this article: 1) Inovasi Produk has an effect on Strategi Bisnis Startup; 2) Pemasaran Digital has an effect on Strategi Bisnis Startup; and 3) Kepuasan Pelanggan has an effect on Strategi Bisnis Startup.*

**Keyword:** *Strategi Bisnis Startup, Inovasi Produk, Pemasaran Digital, Kepuasan Pelanggan*

### **PENDAHULUAN**

Pada Sebagian perguruan tinggi di Indonesia, para mahasiswa harus melakukan penelitian sebagai syarat khusus untuk lulus S1, S2 dan S3 dalam bentuk skripsi, tesis, atau disertasi. Dengan cara yang sama, dosen, penulis, serta tenaga fungsional lain aktif melaksanakan studi serta menulis karya ilmiah untuk dipublikasikan dalam jurnal ilmiah. Sebagian banyak perguruan tinggi di Indonesia membutuhkan mahasiswa guna menyelesaikan tugas ilmiah. Seluruh jenjang pendidikan, termasuk skripsi strata satu, tesis strata dua, dan disertasi strata tiga, harus memenuhi persyaratan ini.

Sesuai latar belakang adapun tujuan penulisan oleh artikel ini ialah untuk membentuk hipotesis yang dapat digunakan untuk studi selanjutnya, khususnya yang berhubungan dengan judul. yaitu : 1) Pengaruh Inovasi Produk pada Strategi Bisnis Startup; 2) Pengaruh Pemasaran Digital pada Strategi Bisnis Startup; serta 3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Strategi Bisnis Startup;

## **METODE**

Untuk menulis artikel Review Literature perlu menggunakan Teknik Kajian Pustaka (library research ) serta Systematic Literature Review ( SLR ) digunakan aplikasi online akademik berupa Google Scholar dan Mendeley. Systematic Literature Review (SLR) adalah tahap menemukan, mengevaluasi, serta menguraikan bukti studi yang ada guna menjawab pertanyaan studi tertentu (Kitchenham et al., 2009). Pada studi kualitatif, kajian pustaka perlu dipakai dengan kontinu pada asumsi-asumsi metodologis. Satu dari alasan untuk melaksanakan studi kualitatif yakni studi tersebut sifatnya eksploratif, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Sesuai dengan latar belakang, tujuan serta teknik, akibatnya hasil artikel ini ialah seperti berikut:

### **Strategi Bisnis Startup**

Strategi Bisnis Startup adalah strategi untuk bisnis yang baru dimulai. Namun, perusahaan startup ini lebih mirip dengan bisnis di bidang teknologi, web, internet, dan topik serupa. (Mudo, 2015). Tidak dapat disangkal bahwa ada hubungan langsung antara strategi bisnis dan model bisnis. Model bisnis ialah skema bisnis yang digambarkan dengan abstrak dan berisi garis besar ide yang digunakan untuk membuat rumusan serta membuat metode untuk sampai tujuan instansi. Suatu metode bisnis tidak akan berhasil jika tidak ditelaah serta dirumuskan lebih dulu dengan mempertimbangkan model bisnis. (Deck, 2008).

Digitalisasi adalah dimensi, indikator, sintesis, atau komponen yang memengaruhi strategi bisnis startup. Ini merujuk pada proses konversi informasi dan proses bisnis dari tradisional menjadi digital. Dalam konteks startup, ini mengharuskan suatu perusahaan untuk menambah efisiensi operasional, memperlebar jangkauan pasar, dan menghasilkan nilai positif untuk pelanggan. (Aulia & Nuri Aslami, 2023)Peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian terlebih dahulu, di antaranya adalah Palgunadi, N. M. D. K. R. (2023),

### **Inovasi Produk**

Inovasi produk didefinisikan menjadi produk (barang ataupun jasa) baru yang diperjualbelikan pada pasar guna mencukupi keperluan pasar. Inovasi produk adalah salah satu jenis inovasi (Damanpour, 1991). Instansi bisa menciptakan produk yang selaras pada keperluan serta keinginan pembeli, mempertahankan daya saing mereka di pasar, serta sampai perkembangan bisnis yang kontinu pada mengimplementasikan metode inovasi yang tepat serta menerapkannya pada pengelolaan bisnis mereka (Bukhori Dalimunthe, 2017) Keunggulan produk, dana produk, serta kredibilitas produk adalah tiga ciri inovasi produk. Inovasi yang dipakai pada seluruh operasi instansi, termasuk pembuatan dan pemasaran produk baru, dikenal sebagai inovasi produk (Crawford dan De Benedetto: 2000). Peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian terlebih dahulu, diantaranya Alwi, T., & Handayani, E. (2018), Azhari, F., & Ali, H. (2024), Saragih, F. M. (2025).

### Pemasaran Digital

Pemasaran dan analisis produk yang dilakukan melalui media digital, seperti jejaring sosial, disebut pemasaran digital. Dengan demikian, orang dapat berkomunikasi dengan manusia di seluruh dunia melalui internet. Digital marketing, yang umumnya meliputi atas penjualan interaktif serta terpadu, memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, serta calon pembeli. Pada lain sisi, digital marketing memudahkan produsen untuk mengetahui serta memenuhi keperluan serta keinginan calon pembeli, dan calon pembeli dapat dengan mudah mencari produk di internet. Sulaksono, (2020). Pemasaran digital telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berdampak pada perilaku konsumen, struktur perusahaan, strategi pemasaran, dan kapasitas kompetitif (Sindhuja, 2022). Ini juga telah menghasilkan berbagai teknologi pemasaran baru (Trung & Thanh, 2022). Dimensi, indikator, sintesis ataupun aspek yang memiliki pengaruh dalam Pemasaran Digital Berdasarkan Kotler (2002), selain memberikan banyak manfaat untuk penjual, pembelian layanan online pun bisa memberi banyak manfaat untuk pembeli online. Kenyamanan adalah satu dari manfaat yang diberikan pada pembeli. Peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian terlebih dahulu, di antaranya adalah, Adha, S. (2022).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai rasio antara mutu layanan yang diterima pembeli dan kualitas layanan yang diinginkan. Jika mutu layanan kurang dari yang diinginkan, pembeli akan merasa tidak puas, namun apabila mutu layanan lebih baik dari yang dilihat maka, pelanggan akan merasa sangat puas (Andi Riyanto, 2018). Kepuasan pelanggan adalah kesimpulan yang dapat ditarik dari definisi di atas dan mencakup perbedaan antara hasil kinerja yang dirasakan pelanggan dan harapan mereka. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membuat pelanggan setia atau setia (Tjiptono, 2019). Peneliti sebelumnya sudah melakukan penelitian terlebih dahulu, di antaranya adalah Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022),

### Review Artikel Relevan

Guna membantu menentukan hipotesis studi, pertimbangkan artikel yang relevan dan berikan penjelasan tentang penemuan studi terdahulu serta kaitannya pada rencana studi, seperti yang ditampilkan pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan**

| No | Author (Tahun)               | Hasil Riset Terdahulu  | Persamaan Dengan Artikel Ini                                      | Perbedaan Dengan Artikel Ini                                       | H  |
|----|------------------------------|--|---|--|----|
| 1  | Azhari, F., & Ali, H. (2024) | Inovasi Produk dan Pemasaran Digital berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Bisnis Startup          | Inovasi Produk berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup       | Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup     | H1 |
| 2  | Hasyim, U., & Ali, H. (2022) | Inovasi Produk serta Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada Strategi Bisnis Startup | Inovasi Produk memiliki pengaruh pada Strategi Bisnis Startup     | Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh pada Strategi Bisnis Startup | H1 |
| 3  | Saragih, F. M. (2025)        | Pemasaran Digital dan Inovasi Produk memiliki pengaruh positif serta signifikan pada Strategi Bisnis Startup     | Pemasaran Digital mempunyai pengaruh pada Strategi Bisnis Startup | Inovasi Produk berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup        | H2 |

|   |                                  |   |   |  |    |
|---|----------------------------------|---|---|--|----|
| 4 | Novansa, H., & Ali, H. (1926)    | Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Bisnis Startup | Pemasaran Digital berpegaruh terhadap Strategi Bisnis Startup     | Kepuasan Pelanggan berpegaruh terhadap Strategi Bisnis Startup | H2 |
| 5 | Palgunadi, N. M. D. K. R. (2023) | Kepuasan Pelanggan dan Inovasi Produk berpegaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Bisnis Startup    | Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh pada Strategi Bisnis Startup | Inovasi Produk mempunyai pengaruh pada Strategi Bisnis Startup | H3 |
| 6 | Qibtiyana, M., & Ali, H. (2023)  | Kepuasan Pelanggan dan Pemasaran Digital berpegaruh positif serta signifikan pada Strategi Bisnis Startup   | Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh pada Strategi Bisnis Startup | Pemasaran Digital berpegaruh terhadap Strategi Bisnis Startup  | H3 |

## Pembahasan

Sesuai kajian teori, akibatnya pembahasan artikel *review literatur* ini ialah melaksanakan artikel yang sesuai, memeriksa pengaruh diantara variabel, serta membentuk rencana studi yang konseptual: Sesuai hasil studi akibatnya pembahasan artikel ini ialah melaksanakan artikel yang sesuai, menganalisis susulan diantara variabel, serta merancang rencana studi yang konseptual:

### Pengaruh Inovasi Produk terhadap Strategi Bisnis Startup.

Inovasi Produk adalah adalah proses pembuatan atau perbaikan suatu produk untuk meningkatkan kualitas, fungsionalitas, desain, atau nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan. Inovasi ini dapat berupa pembuatan produk baru, modifikasi produk yang sudah ada, ataupun pengenalan fitur baru guna mencukupi keperluan pasar yang terus berubah. Untuk memiliki keunggulan kompetitif, startup biasanya bergantung pada inovasi produk. Ini berbeda dengan perusahaan besar yang memiliki skala ekonomi, jaringan distribusi yang mapan, atau modal yang besar. Prinsip-prinsip atau konsep Inovasi Produk ialah satu dari bagian pokok pada pengembangan bisnis modern adalah inovasi produk, di mana perusahaan berusaha untuk menciptakan atau menyempurnakan produk guna mencukupi keperluan pasar yang terus berubah. Kesuksesan inovasi tidak hanya bergantung dalam produk yang lebih baru, namun pula dalam penerapan prinsip-prinsip tertentu yang memastikan bahwa inovasi memberikan nilai tambah bagi konsumen serta memastikan bahwa perusahaan akan tetap bertahan. Berorientasi pada kebutuhan pelanggan adalah prinsip utama dalam inovasi produk. Produk inovatif harus dapat menyelesaikan masalah atau kebutuhan nyata pelanggan. Dengan demikian, instansi harus melaksanakan studi pasar menyeluruh guna memahami preferensi, keinginan, serta ekspektasi pembeli.

Inovasi Produk berpegaruh terhadap Strategi Bisnis Startup, jika Inovasi Produk diartikan dengan baik akibatnya Strategi Bisnis Startup akan diartikan baik juga begitupun sebaliknya. Bahwa inovasi produk sangat penting untuk menentukan strategi perusahaan startup. Supaya bisa bertahan serta tumbuh pada lingkungan bisnis yang kompetitif, startup harus mampu membuat produk yang tak hanya inovatif namun pula selaras pada kebutuhan

pasar. Pelanggan akan melihat inovasi produk dengan baik, meningkatkan daya saing, dan memperkuat strategi bisnis.

Aspek-aspek yang memiliki pengaruh pada Inovasi Produk ialah faktor yang asalnya dari lingkungan internal serta eksternal instansi memengaruhi inovasi produk, yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan produk yang unggul di pasar. Aspek-Aspek tersebut dengan langsung maupun tidak langsung memengaruhi tahap inovasi, mulai dari ide awal hingga produk siap dipasarkan. Kemajuan teknologi adalah komponen utama yang mempengaruhi inovasi produk. Perusahaan dapat membuat produk dengan fitur yang lebih canggih, lebih efisien, dan lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan berkat kemajuan teknologi yang pesat. Misalnya, teknologi blockchain, Internet of Things (IoT), dan kecerdasan buatan (AI) telah membuka banyak peluang baru bagi bisnis di berbagai industri. Dengan teknologi, perusahaan dapat membuat produk yang lebih inovatif dan lebih kompetitif di pasar.

Untuk meningkatkan Strategi Bisnis Startup dengan memperhatikan Inovasi Produk, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah fokus pada inovasi produk, manajemen harus melakukan berbagai tindakan strategis, termasuk perencanaan, eksekusi, dan evaluasi. Memahami preferensi dan kebutuhan pasar secara menyeluruh adalah langkah pertama yang harus dilakukan. Startup harus dapat menemukan masalah yang dihadapi pelanggannya dan menyelesaikannya dengan produk baru. Ini dapat dicapai dengan melakukan riset pasar mendalam melalui survei, wawancara, analisis tren industri, dan melacak tindakan pesaing. Manajemen dapat memastikan bahwa inovasi produk yang dibuat benar-benar relevan dan memiliki nilai tambah bagi konsumen dengan memahami pasar yang kuat.

Inovasi Produk berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup, Dapat dilihat dari : Azhari, F., & Ali, H. (2024).

### **Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Strategi Bisnis Startup.**

Pemasaran Digital ialah pendekatan penjualan yang memakai platform online serta teknologi digital guna mempromosikan produk ataupun layanan pada pembeli yang lebih luas. Dalam era digital saat ini, penjualan digital jadi begitu penting untuk bisnis karena memungkinkan perusahaan menjangkau target pasar dengan lebih efisien serta tepat daripada dengan pendekatan pemasaran konvensional. Cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan dan cara pelanggan membeli barang dan jasa telah berubah karena kemajuan internet, media sosial, dan teknologi berbasis data.

Prinsip-prinsip atau konsep Pemasaran Digital berfokus pada strategi dan teknik yang digunakan untuk mencapai target pasar melalui platform digital. Pada dunia yang makin tersambung dengan teknologi, pemasaran digital tak hanya mengenai menjual barang ataupun jasa; itu pula mengenai membangun hubungan dengan pelanggan, membuat pengalaman yang berkesan, dan mengoptimalkan berbagai saluran digital untuk meningkatkan visibilitas dan konversi.

Pemasaran Digital berpengaruh terhadap Strategi Bisnis Startup, jika Pemasaran Digital diartikan dengan baik akibatnya Strategi Bisnis Startup akan diartikan baik juga, begitupun sebaliknya. Hal tersebut bisa diuraikan bahwa Dalam dunia bisnis yang semakin terdigitalisasi, pemasaran digital sangat penting untuk keberhasilan strategi bisnis startup. Jika dilakukan dengan benar, pemasaran digital dapat meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Pemasaran Digital yaitu Perkembangan teknologi. Perkembangan Teknologi adalah komponen utama yang mempengaruhi pemasaran digital. Dengan kemajuan teknologi digital, bisnis dapat menerapkan berbagai strategi pemasaran dengan lebih efektif dan kreatif. Misalnya, dalam pemasaran digital, kecerdasan buatan (AI) telah banyak digunakan untuk mengotomatisasi proses, menganalisis data pelanggan, dan memberikan rekomendasi produk yang dipersonalisasi. Selain itu, bisnis bisa

membentuk metode penjualan yang lebih terarah dengan mendapatkan, mengolah, dan menganalisis data dalam jumlah besar.

Pemasaran Digital berperan terhadap Strategi Bisnis Startup, dapat dilihat dari : Qibtiyana, M., & Ali, H. (2023).

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Strategi Bisnis Startup**

Setelah menggunakan suatu produk atau layanan, tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pembeli, yang diukur berdasarkan seberapa baik produk atau layanan tersebut mencukupi ataupun melebihi harapan mereka, dikenal dengan kepuasan pembeli. Pembeli yang puas condong menjadi pelanggan setia, memberikan ulasan yang baik, serta menyarankan produk ataupun layanan tersebut pada orang lain. Konsep ini sangat penting bagi bisnis.

Prinsip-prinsip atau konsep Kepuasan Pelanggan pada dunia bisnis, konsep kepuasan pembeli sangat penting karena mencerminkan perasaan dan penilaian pelanggan terhadap barang atau jasa yang mereka terima. Prinsip utama kepuasan pelanggan adalah pemenuhan harapan pelanggan, di mana pelanggan membandingkan pengalaman mereka dengan harapan mereka sebelumnya. Jika pengalaman tersebut memenuhi atau melampaui keinginan mereka, selanjutnya pelanggan akan terasa sangat puas. Sebaliknya, jika pengalaman tersebut tidak mencukupi ataupun melebihi keinginan mereka, akibatnya pelanggan tidak akan terasa puas.

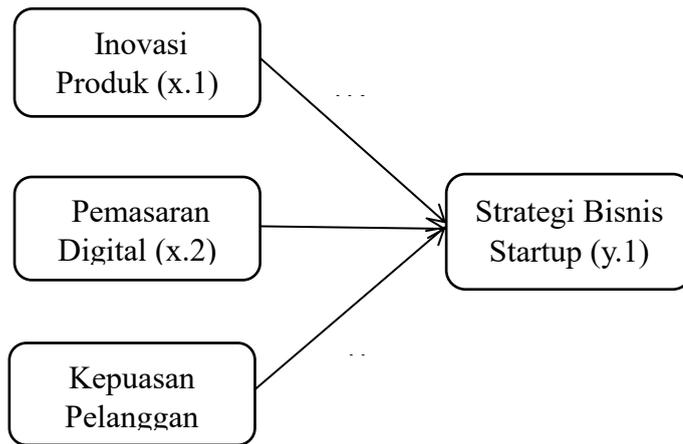
Strategi Bisnis Startup dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan; jika kepuasan pelanggan dipahami dengan baik, strategi bisnis startup juga akan dipahami dengan baik, dan sebaliknya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menentukan citra dan reputasi startup. Reputasi menjadi sangat penting dalam dunia yang semakin terhubung, yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat melalui platform online dan media sosial. Pelanggan yang puas, baik secara langsung maupun melalui ulasan online, cenderung berbagi pengalaman yang baik dengan orang lain. Jika pelanggan tidak puas, mereka dapat menyebarkan pengalaman yang tidak menyenangkan, yang dapat merusak reputasi merek dan mencegah kemajuan. Sebaliknya, pengaruh viral menarik klien baru. Oleh karena itu, strategi bisnis yang baik harus mencakup upaya untuk membuat pelanggan lebih bahagia, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi merek.

Aspek-aspek yang memiliki pengaruh pada Kepuasan Pelanggan adalah Layanan atau produk yang diberikan adalah satu dari bagian penting yang mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan. Ketika mereka membeli suatu produk, pelanggan memiliki ekspektasi tertentu tentang hal-hal seperti daya tahan, fungsi, desain, dan keuntungan yang ditawarkan. Memastikan bahwa kualitas produk tetap sama adalah kunci untuk mencapai kepuasan pembeli. Apabila barang mencukupi ataupun bahkan melampaui harapan pembeli, pelanggan akan merasa puas dan mungkin akan kembali membeli produk tersebut. Sebaliknya, jika produk tersebut memiliki cacat, berfungsi dengan tidak baik, atau tidak selaras pada deskripsi yang diberikan, pelanggan akan merasa kecewa serta mungkin akan kembali membeli produk tersebut.

Kepuasan Pelanggan berperan terhadap Strategi Bisnis Startup, dapat dilihat : Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022)

### **Rerangka Konseptual Penelitian**

Gambar 1 menunjukkan bagaimana kerangka konseptual artikel ini dibentuk berdasarkan rumusan masalah, pembahasan, dan penelitian yang terkait.



**Gambar 1: Rerangka Konseptual**

Sesuai struktur konseptual tersebut, ada tiga faktor exogen yang memengaruhi strategi bisnis startup: kepuasan pelanggan, inovasi produk, dan pemasaran digital. Selain itu, ada banyak variabel tambahan yang mempengaruhi Strategi Bisnis Startup, di antaranya adalah:

- 1) Budaya Organisasi: (Palgunadi, N. M. D. K. R. 2023), (Aden, A. M., & Ali, H. 2024).
- 2) Kualitas Produk: (Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. 2022), (Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. 2022).
- 3) Karakteristik Pemimpin: (Ali, H., & Saputra, F. 2023), (Nurrohmah, B., & Ali, H. 2020)

### **KESIMPULAN**

Sesuai tujuan, hasil serta pembahasan maka kesimpulan artikel ini ialah guna membuat rumusan hipotesis untuk studi berikutnya, yakni:

- 1) Inovasi produk sangat memengaruhi strategi bisnis startup. Startup yang mampu membuat produk baru dapat meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak pelanggan, dan membuat nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing. Inovasi produk yang baik tidak hanya mencakup penambahan fitur atau teknologi baru; itu juga melibatkan pertimbangan efisiensi proses produksi dan distribusi, kebutuhan pasar, dan preferensi pelanggan;
- 2) Dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional di era di mana internet dan teknologi mendominasi cara orang berbelanja dan berinteraksi, pemasaran digital membantu startup mendapatkan alat dan platform yang diperlukan agar dapat mencapai audiens yang lebih besar beserta nilai yang lebih rendah. Dengan menggunakan berbagai saluran digital seperti mesin pencari, email, dan media sosial, startup dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik konsumen baru dan konsumen lama;
- 2) Salah satu komponen penting yang memiliki dampak langsung strategi bisnis startup adalah kebahagiaan konsumen. Jika pelanggan merasa puas dengan barang ataupun jasa yang pelanggan beli, mereka cenderung menjadi pelanggan setia, merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain, dan membantu bisnis berkembang dengan pembelian ulang. Oleh karena itu, kebahagiaan konsumen tidak hanya merupakan indikator kinerja, tetapi juga merupakan faktor penting dalam pembentukan strategi bisnis yang berhasil.

### **REFERENSI**

- Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.
- 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., Evi, N., & Nurmahdi, A. (2018). 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., 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>
- Ali, M. K., & Ali, H. (2024). Pengaruh Lokasi, Karakteristik Pemimpin, dan Faktor Situasional Terhadap Strategi Bisnis Startup. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 81-89.
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing ukm yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72-81.
- 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.
- 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.
- 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>
- Palgunadi, N. M. D. K. R. (2023). Strategi pengembangan bisnis startup menggunakan SWOT analysis (Studi kasus pada startup yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal on Education*, 5(2), 1958-1964.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537-553.
- Qibtiyana, M., & Ali, H. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembeli Online. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 170-180.
- Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi pemasaran digital dalam mendorong keberhasilan wirausaha di era digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312-324.
- 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>
- Saragih, F. M. (2025). Faktor Strategi dan Keberhasilan Startup menggunakan Metode Javelin Board dan Lean Start up. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 379-390.
- 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>.