

LAPORAN AKHIR KEGIATAN MAGANG
PT. HM SAMPOERNA Tbk AREA YOGYAKARTA
RINGKASAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Yohanes Krisna Yudha Santoso

2119 30709

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN AKHIR KEGIATAN MAGANG PT. HM SAMPOERNA TBK AREA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YOHANES KRISNA YUDHA SANTOSO

Nomor Induk Mahasiswa: 211930709

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 9 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Penguji


Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Prof., M.Si., Ph.D.


Shita Lusi Wardhani, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 9 Juni 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini gaya hidup masyarakat semakin serba instan dan cepat dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Sector industry FMCG (Fast Moving Consumer Good) bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, mereka berlomba-lomba membangun strategi dengan tujuannya adalah para pengusaha memberikan yang terbaik dan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Karena pelanggan pun semakin selektif dalam memilih suatu produk atau jasa yang dibutuhkannya. Termasuk pada industry rokok, PT HM Sampoerna terus mengembangkan Strateginya untuk meningkatkan penjualan dengan terus mengembangkan system distribusi dengan meningkatkan *E Service Quality* untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang bertujuan konsumen menjadi loyal terhadap produknya. Oleh karena itu Selama kegiatan magang yang dilaksanakan 3 bulan di PT HM Sampoerna yang ditempatkan pada Team AYO SRC yang bertujuan untuk mengetahui E Service Quality dimana hal itu akan berdampak pada kepuasan konsumen.

Kata kunci: PT HM Sampoerna, *E- Service Quality*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

In the current era of globalization, people's lifestyles are increasingly instantaneous and fast because the majority of people have high mobility in their daily activities. This is followed by the provision of various services that help the community. The FMCG (Fast Moving Consumer Good) industry sector is competing fiercely to get loyal customers, they are competing to build a strategy with the aim of entrepreneurs providing the best and according to customer needs. Because customers are increasingly selective in choosing a product or service they need. Including in the cigarette industry, PT HM Sampoerna continues to develop its strategy to increase sales by continuing to develop a distribution system by increasing E Service Quality to increase consumer satisfaction with the aim of consumers becoming loyal to their products. Therefore, during the 3-month internship at PT HM Sampoerna, he was assigned to the AYO SRC Team, which aims to determine E Service Quality, which will have an impact on customer satisfaction.

Keywords: PT HM Sampoerna, E-Service Quality, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini gaya hidup masyarakat semakin serba instan dan cepat dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Sector industry FMCG (*Fast Moving Consumer Good*) bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan yang loyal, mereka berlomba-lomba membangun strategi dengan tujuannya adalah para pengusaha memberikan yang terbaik dan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Karena pelanggan pun semakin selektif dalam memilih suatu produk atau jasa yang dibutuhkannya.

Selain memberikan produk yang terbaik, perusahaan di Indonesia juga sekarang berfokus untuk memberikan kualitas layanan nomor satu. Kualitas layanan secara langsung diukur dari transaksi penjual bertemu dengan pembeli, berbeda dengan kualitas layanan elektronik. Kualitas layanan elektronik diukur dari kemudahan yang diberikan dari perusahaan kepada pelanggan melalui media internet atau website. Kualitas layanan elektronik / e-service quality didefinisikan sebagai “sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien”.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara atau bisa disingkat sebagai STIE YKPN ini, merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya di Kabupaten Sleman. SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara menawarkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

program studi lapangan atau magang untuk menjadi salah satu mata kuliah bersyarat yang dapat diambil untuk menyelesaikan tugas akhir. Program ini dinilai dapat memberikan wadah bagi Mahasiswa/i untuk mempraktekkan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan kepada perusahaan serta memberikan sebuah pengalaman langsung saat masuk di dunia kerja.

Saat melakukan program studi lapangan, penulis memilih PT. HM Sampoerna Area Yogyakarta dalam pelaksanaan studi lapangan. Penulis memutuskan untuk magang di PT. HM Sampoerna Yogyakarta dan ditempatkan di Bagian Service Customer system Online AYO SRC bagian ini merupakan bagian khusus melayani system online baik dari PT. HM Sampoerna ke MITRA dan juga membantu menyelesaikan permasalahan online antara MITRA dengan konsumen. Studi lapangan ini dilakukan selama tiga bulan sesuai program kurikulum yang ada.

Tujuan Studi Lapangan

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka tujuan dilakukannya penelitian studi lapangan atau magang di PT. HM Sampoerna Area Yogyakarta berupa:

1. Dapat mendapatkan sebuah pengalaman praktis bekerja yang nyata di sebuah perusahaan.
2. Mampu untuk menciptakan kerja sama yang solid dengan tim atau rekan kerja di dalam perusahaan, berkolaborasi serta memperoleh manfaat bagi Mahasiswa/i dan perusahaan.
3. Dapat mengenal dan menanggapi kondisi yang ada di perusahaan.
4. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Profile Organisasi

PT. HM Sampoerna Tbk Merupakan perusahaan rokok pertama di Indonesia, PT. HM Sampoerna saat ini merupakan pemimpin pasar di Indonesia, Perusahaan ini berdiri pada tahun 1913 di Surabaya. Awalnya perusahaan ini memproduksi rokok kretek dengan nama Dji Sam Soe, dimana rokok ini sempat mengalami perubahan racikan, hingga pada racikan ke 5 rasa Dji Sam Soe bertahan hingga saat ini.

Perusahaan ini didirikan oleh Liem Seeng Tee, beliau merupakan keluarga perantauan dari Republik Rakyat Tiongkok dan merupakan generasi pertama dari PT HM Sampoerna. Kemudian pada generasi kedua PT. HM Sampoerna di Pimpin oleh Liem Seeng Tee yang bernama Aga Sampoerna, pada generasi kedua ini PT. HM Sampoerna memproduksi rokok selain Dji Sam Soe yaitu Sampoerna Kretek Hijau, atau rokok itu dikenal dengan sebutan Rokok Aga Kretek. Kemudian pada generasi ke tiga perusahaan ini di pimpin oleh Michel Sampoerna, pada generasi ketiga ini pada tahun 1989 Michel Sampoerna memproduksi rokok dengan Low Tar yaitu Sampoerna A Mild yang hingga saat ini menjadi produk no 1 di Indonesia. Namun dalam perjalanannya pada Tahun 2005 Saham PT. HM Sampoerna di beli oleh perusahaan rokok Philip Morris International (Altria Group).

Visi

Menjadi Perusahaan yang Paling Terkemuka di Indonesia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Misi

“Falsafah Tiga Tangan” yaitu tangan-tangan yang mewakili pemangku kepentingan utama yang harus dirangkul Perusahaan untuk mencapai visi dan misinya, yaitu perokok dewasa, karyawan dan mitra usaha, dan masyarakat luas.

Aktivitas Magang

1. Proses Operasional System Online AYO SRC

system order online AYO SRC di PT. HM Sampoerna, system ini tujuannya untuk dapat melihat stock, penjualan produk HM Sampoerna serta system ini yang berhubungan dengan *system online* milik Mitra Serta dapat melihat aktivitas order online yang dilakukan oleh konsumen khususnya toko retail pengguna sistem atau aplikasi *online* AYO SRC.

2. Input Order System AYO SRC

Order Online yang dikembangkan oleh PT. HM Sampoerna merupakan *system* baru diluar sistem offline yang selama ini sudah dijalankan. Order online ini sangat menjadi penting bagi Pihak Sampoerna, MITRA maupun dari pihak konsumen khususnya adalah toko retail.

3. Menganalisa System Order Online AYO SRC

Analisa pada system AYO SRC Sangat membantu pelaku industry khususnya Sampoerna itu sendiri serta MITRA yang langsung bersinggungan dengan konsumen.

4. Koordinasi Dengan Team Field Force dan Visit SPV

Dalam meningkatkan kualitas layanan khususnya adalah *E service* pentingnya masukan dari lapangan dan pasar terkait dengan *insight*, kendala dilapangan serta fakta – fakta yang terjadi dalam penggunaan system AYO SRC.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang. Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar dan calon pembeli.

Manajemen Sumberdaya Manusia

Manajemen sdm ialah pengembangan sumber daya manusia yang berfungsi melakukan perencanaan sumber daya manusia, penerapan, perekrutan, pelatihan, pengembangan karir karyawan atau pegawai serta melakukan inisiatif terhadap pengembangan organisasional sebuah organisasi atau perusahaan. Manajemen sdm ialah pengembangan sumber daya manusia yang berfungsi melakukan perencanaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sumber daya manusia, penerapan, perekrutan, pelatihan, pengembangan karir karyawan atau pegawai serta melakukan inisiatif terhadap pengembangan organisasional sebuah organisasi atau perusahaan. Manajemen Sumberdaya Manusia penting bagi organisasi untuk menghindarkan dari kesalahan penempatan orang untuk pekerjaan, turnover yang tinggi, rendahnya kinerja karyawan dalam melaksanakan tugas, diskriminasi dalam memperlakukan karyawan.

Disamping itu dalam situasi persaingan yang ketat seperti saat ini sebuah organisasi membutuhkan keunggulan bersaing untuk memenangkan persaingan, sebagai berikut :

- Quality Leadership (menghasilkan produk yang berkualitas paling tinggi diantara produk-produk yang lain)
- Cost Leadership (menanggung biaya operasional yang paling efisien diantara para pesaingnya)
- Sumberdaya manusia (memiliki sumber daya manusia yang lebih unggul bila dibandingkan dengan sumberdaya pesaing)

E-Service Quality

Menurut Parasuraman (2005) Kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai evaluasi dan penilaian menyeluruh konsumen terhadap kualitas layanan yang disampaikan melalui internet. Selain itu menurut Zeithaml (2013) *Electronic Service Quality* merupakan kemampuan website suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan berupa pengalaman berbelanja, pembayaran dalam suatu transaksi maupun pembelian barang, dan pengiriman produk secara efektif dan efisien.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Rowley (2006) layanan elektronik di definisikan sebagai perbuatan, usaha atau pertunjukan yang pengiriman di mediasi oleh teknologi informasi. Layanan elektronik tersebut meliputi unsur layanan e-tailing, dukungan pelanggan, dan pelayanan. Selain itu Definisi tersebut berarti penyerahan jasa dengan menggunakan media yang baru yaitu web. Keberadaan bukti dari kualitas layanan atas penyerahan melalui website merupakan kesuksesan strategi yang sangat penting di bandingkan dengan harga murah dan keberadaan web. Selain itu E-Service Quality didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2006).

Kepuasan Pelanggan

Pada sebuah perusahaan jasa, seluruh kegiatan yang dilakukan berujung kepada nilai yang akan dirasakan oleh pelanggan yaitu kepuasan. Kata 'kepuasan atau satisfaction' berasal dari bahasa latin "satis" yang artinya cukup baik atau memadai dan "facio" yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan.

Kepuasan pelanggan berhubungan dengan baik senang ataupun kecewa yang merupakan hasil dari membandingkan layanan atau produk yang dikonsumsi sesuai dengan harapan pelanggan. Apabila kinerja produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan sama dengan yang dibayangkan konsumen maka konsumen akan sangat puas. Kemudian jika performa yang diberikan perusahaan kepada konsumen melebihi harapan maka tingkat kepuasan konsumen akan lebih tinggi (Kotler, 2017).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Tjiptono (2015) Dimensi dari kepuasan konsumen terdiri atas: Kesesuaian Harapan: Tingkat kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja produk yang dipersepsikan oleh konsumen; Pembelian Kembali: kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa terkait Kesediaan Merekomendasikan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman/ kerabat/ keluarga. Selain itu kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah nilai, respon dan persepsi pelanggan (Rangkuti, 2009).

Loyalitas Pelanggan

Menurut Lovelock (2011) loyalitas ditujukan kepada suatu perilaku yang ditujukan kepada pembelian berulang dan merekomendasikan produk perusahaan kepada teman atau mitra. Menurut Kotler (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan situasi yang pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama.

Oliver (1997) menyatakan bahwa loyalitas adalah suatu kesediaan pelanggan untuk melanjutkan pembelian pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan produk atau pelayanan secara berulang, serta merekomendasikannya kepada teman-teman dan perusahaan lain secara sukarela.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PERMASALAHAN DAN SOLUSI PERMASALAHAN

Permasalahan

1. Barang yang dikirem tidak sesuai dengan jumlah barang yang dipesan. Hal ini terjadi karena sumber daya manusia yang kurang teliti dalam menyiapkan barang pesanan.
2. Barang diaplikasi ada beberapa yang tidak tersedia. Hal ini terjadi karena stok barang di aplikasi tidak sesuai dengan jumlah barang di Gudang.
3. Server aplikasi mengalami down sehingga orderan tidak bisa cepat masuk ke toko mitra.
4. Konsumen melakukan penambahan orderan setelah barang proses pengiriman.

Pembahasan

1. Solusi terkait permasalahan revisi nota, penulis menyarankan toko mitra sampoerna selalu mengupdate stok barang pada system aplikasi AYO SRC, sehingga stok barang yang ditampilkan diaplikasi benar benar tersedia.
2. Toko mitra disarankan selalu update harga terbaru dan juga update barang baru di aplikasi AYO SRC, sehingga tidak ada perbedaan harga di system online maupun di system offline.
3. Dibutuhkan cukup banyak SDM untuk memproses orderan, menyiapkan barang, menyetok barang sampai pada pengiriman barang. Sumber daya manusia harus benar-benar teliti untuk mengurangi kesalahan.
4. Penulis menyarankan untuk membuat jadwal jalur pengiriman. Kemudian mitra mengedukasi konsumen untuk order sesuai dengan jadwal pengiriman
5. Konsumen disarankan untuk order tidak terlalu siang dengan aturan maksimal order jam 12.00 WIB.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Kesimpulan

1. PT HM Sampoerna Tbk merupakan perusahaan bersekala nasional yang bergerak di bidang FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) khususnya industry rokok, dan merupakan leader company di bidangnya.
2. Penyediaan kebutuhan produk untuk konsumen dewasa khussnya rokok dan juga PT. HM Sampoerna menjadi pionir perusahan rokok yang mengembangkan tehnologi berbasis order online untuk para stakeholder nya dalam lingkup Ecosystem yang dibangun mengacu pada falsafah tiga tangan itu sendiri.
3. Penulis ditempatkan di bagian AYO SRC selama aktivitas magang, yang dimana penulis bertugas di bagian pengoperasioan system online AYO SRC untuk Order, menganalisa data AYO SRC serta memberikan Solusi terkait dengan permasalahan yang muncul.
4. Penulis dapat mengetahui proses bisnis yang dikembangkan oleh PT. HM sampoerna dengan system online dimana perusahaan sejenis belum melakukan hal itu, dan juga paham mengenai kualitas layanan untuk konsumen dapan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengerti pentingnya Big Data untuk menganalisa pasar untuk dapat memberikan strategi yang baik.

Ketika melaksanakan program magang selama 3 (tiga) bulan di PT. HM Sampoerna, penulis banyak mendapatkan pengalaman serta pembelajaran saat menjalankan kegiatan magang. Penulis diajarkan tentang ketelitian dalam bekerja,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kesabaran atas masalah yang muncul, diajarkan bagaimana beradaptasi terhadap lingkungan baru

Rekomendasi

1. Bagi Mahasiswa

- a. Pada saat mahasiswa akan melaksanakan tugas akhir dan memilih program kegiatan magang, sebaiknya mahasiswa harus mencari informasi perusahaan atau instansi yang akan dijadikan tempat magang sebelum mengajukan permohonan izin magang. Permohonan izin magang ini diharapkan agar mahasiswa dapat mengetahui apakah perusahaan tersebut mengizinkan kegiatan magang, serta untuk dapat mengetahui apakah perusahaan tersebut telah sesuai dengan jurusan yang mahasiswa ambil agar nantinya dapat memudahkan dalam penyusunan laporan tugas akhir magang.
- b. Mahasiswa yang diterima untuk magang di sebuah perusahaan diharapkan dapat menjaga sikap, dan mampu bersosialisasi dengan baik kepada karyawan, serta tetap menjaga nama baik kampus atau mahasiswa sendiri agar dinilai baik di lingkungan perusahaan.
- c. Mahasiswa juga diharapkan lebih dapat disiplin waktu saat bekerja, agar datang tepat waktu sesuai dengan jadwal masuk perusahaan tempat kegiatan magang dan mahasiswa diharapkan dapat membantu dan menyelesaikan pekerjaan dengan teliti dan cepat.

2. Bagi STIE YKPN

- a. STIE YKPN diharapkan kedepannya dapat meningkatkan informasi tentang pengambilan mata kuliah tugas akhir magang, prosedur dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melaksanakan kegiatan magang supaya mahasiswa tidak mengalami kesulitan dalam menjalankan proses magang.

- b. STIE YKPN sebaiknya dapat menjalin hubungan yang baik terhadap perusahaan atau instansi agar proses kegiatan magang dapat berjalan dengan baik tanpa adanya kendala di kemudian hari.

Bagi PT HM Sampoerna Area Yogyakarta

- a. Pada saat melaksanakan tugas yang diberikan oleh karyawan, akan lebih baik agar karyawan tersebut memberitahu atau menjelaskan pekerjaan yang akan dikerjakan agar penulis tidak mengalami kesulitan dalam pengerjaan.
- b. Selalu rutin mengedukasi pihak-pihak yang terlibat dalam penggunaan Sistem online AYO SRC, agar para stakeholder lebih paham lagi untuk menjalankannya.

Refleksi Diri

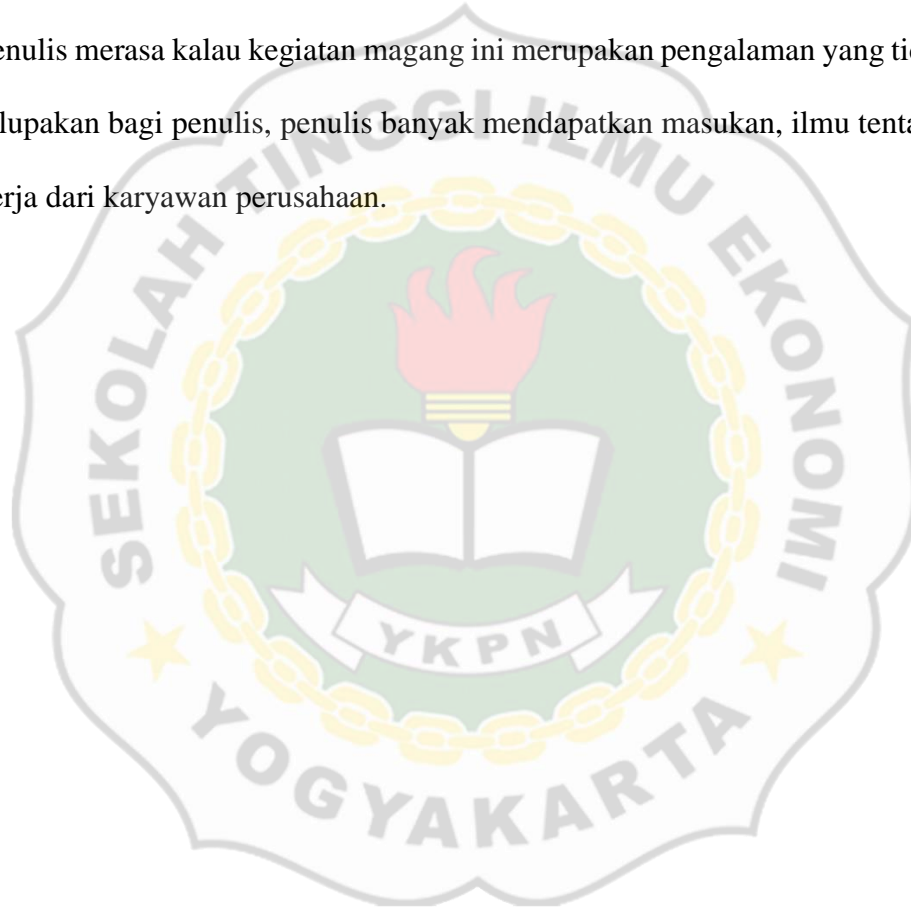
Pada saat awal melaksanakan kegiatan magang di PT. HM Sampoerna Area Yogyakarta, penulis takut merasakan canggung dan takut akan situasi kantor nantinya. Karena kegiatan magang ini merupakan kali pertama bagi penulis untuk dapat terjun langsung didunia kerja yang sesungguhnya pekerjaan-pekerjaan yang diberikan. Penulis yang awalnya pemalu, pendiam dan masih takut-takut kini sudah dapat berbaur dan lebih dekat dengan karyawan yang ada di kantor, penulis juga tidak sungkan untuk meminta tugas atau meminta bantuan jika ada kesulitan saat bekerja. Penulis juga kadang merasa kelelahan setelah pulang bekerja karena jarang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

rumah dan tempat magang cukup jauh sehingga terkadang penulis jarang mencicil laporan magang akibat kelelahan.

Kegiatan magang yang dilaksanakan 3 (tiga) bulan ini, memiliki kesan yang tersendiri bagi penulis ada beberapa hal yang berkesan seperti sikap keramah tamahan, kerja sama tim yang baik, kekeluargaan yang kental antara karyawan.

Penulis merasa kalau kegiatan magang ini merupakan pengalaman yang tidak dapat dilupakan bagi penulis, penulis banyak mendapatkan masukan, ilmu tentang dunia kerja dari karyawan perusahaan.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Chase RB & Aquilano NJ, (2006) Operations Management For competitive advantage, 9th ed
- Gunawan Adisaputro, (2019) Manajemen Pemasaran : Analisa Untuk Perancangan Strategi Pemasaran , Unit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Griffin Jill, (2005) Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan. Kesetiaan Pelanggan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Phillip, (2012) Marketing Management 14th edition. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lovelock C & Luran W, (2011) Service Marketing 7 thed. Pearson Hall. New Jersey.
- Riscrd L, (1997) Satisfaction A Behavioral Perspective On The. Consumer. McGraw-Hill Education, Singapore.
- Siti Al Fajar & Tri Heru, (2010) Manajemen Sumberdaya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing. UPP STIM YKPN.
- Parasuraman, (2005) E-S-QUAL: a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Retailing, 64,1, 12-40.
- Rowley J,(2006) An analysis of the e-service literature: towards a research agenda. Internet Research.
- Tjiptono F, (2014) Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wikipedia PT HM Sampoerna
- Zeithaml, (2013) Services Marketing. Integrating Customer Focus across the Firm, 6th Edition, New York: McGraw- Hill Irwin.