

## FAKTOR PENENTU KEPADA KEMEROSOTAN JUALAN KOPERASI INSTITUSI

### *DETERMINANT FACTORS OF INSTITUTIONAL COOPERATIVE SALES DECLINE*

Hartyni binti Mastor<sup>1\*</sup>  
Rosland Buja<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Jabatan Perdagangan, Politeknik Kuching Sarawak, 93050 Kuching, Sarawak, Malaysia  
(E-mail: [hartyni@poliku.edu.my](mailto:hartyni@poliku.edu.my))

<sup>2</sup> Jabatan Perdagangan, Politeknik Kuching Sarawak, 93050 Kuching, Sarawak, Malaysia  
(E-mail: [rosland@poliku.edu.my](mailto:rosland@poliku.edu.my))

\*Corresponding author: [hartyni@poliku.edu.my](mailto:hartyni@poliku.edu.my)

#### Article history

Received date : 2-2-2026

Revised date : 9-2-2026

Accepted date : 25-2-2026

Published date : 6-3-2026

#### To cite this document:

Mastor, H., & Buja, R. (2026). Faktor penentu kepada kemerosotan jualan koperasi institusi. *Jurnal Penyelidikan Sains Sosial (JOSSR)*, 9 (29), 8 - 15..

**Abstrak:** Selepas pandemik Covid-19, pendapatan koperasi di Politeknik Kuching Sarawak didapati mengalami kemerosotan jualan. Keadaan ini perlu ditangani bagi memastikan koperasi kembali menjadi pilihan utama pelajar. Sehubungan itu, kajian ini telah dijalankan bagi mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kemerosotan jualan koperasi. Responden kajian terdiri daripada pelajar Politeknik Kuching Sarawak. Instrumen kajian ialah borang soal selidik yang diedarkan secara dalam talian menggunakan teknik persampelan rawak. Responden menjawab item soal selidik berdasarkan skala Likert lima mata. Data kajian dianalisis menggunakan analisis deskriptif bagi mengukur tahap persetujuan pelajar berdasarkan nilai min. Hasil kajian menunjukkan lima faktor utama yang mempengaruhi jumlah perbelanjaan pelajar di koperasi, iaitu pembelian dalam talian yang lebih jimat ( $B = 0.126$ ,  $t = 2.268$ ), pembelian dalam talian yang lebih efisien ( $B = 0.103$ ,  $t = 1.911$ ), ketiadaan promosi jualan ( $B = 0.126$ ,  $t = 2.032$ ), produk yang tidak relevan ( $B = -0.256$ ,  $t = -3.759$ ), serta susun atur kedai yang tidak menarik ( $B = -0.128$ ,  $t = -2.116$ ). Dapatan kajian ini dapat dijadikan panduan kepada pihak koperasi dalam merangka strategi yang lebih berkesan bagi meningkatkan jualan barangan di koperasi institusi.

**Kata kunci:** Faktor penentu, kemerosotan jualan, koperasi institusi

**Abstract:** After the Covid-19 pandemic, the cooperative at Politeknik Kuching Sarawak experienced a decline in sales revenue. This situation needs to be addressed to ensure that the cooperative regains its position as a preferred shopping choice among students. Therefore, this study was conducted to identify the factors influencing the decline in cooperative sales. The respondents consisted of students from Politeknik Kuching Sarawak. The research instrument used was an online questionnaire distributed using random sampling techniques. Respondents answered the questionnaire items based on a five-point Likert scale. The data

were analysed using descriptive analysis to measure students' levels of agreement based on mean values. The findings revealed five main factors influencing students' expenditure at the cooperative, namely online shopping being more economical ( $B = 0.126$ ,  $t = 2.268$ ), online shopping being more efficient ( $B = 0.103$ ,  $t = 1.911$ ), lack of sales promotion ( $B = 0.126$ ,  $t = 2.032$ ), irrelevant products ( $B = -0.256$ ,  $t = -3.759$ ), and unattractive store layout ( $B = -0.128$ ,  $t = -2.116$ ). These findings provide valuable guidance for the cooperative management in formulating more effective strategies to improve sales performance in institutional cooperatives.

**Keywords:** *Determining factors, sales decline, institutional cooperative*

## Pengenalan

Hampir setiap institusi pendidikan bermula dari sekolah rendah hinggalah ke Institusi Pengajian Tinggi mempunyai kedai mini runcit sebagai tempat membeli barang-barang runcit sekolah seperti alat tulis dan keperluan makanan. Biasanya ia dikenali sebagai koperasi dan umumnya ramai yang mengenali koperasi bermula di peringkat sekolah. Peranan koperasi terhadap pelajar juga banyak dibincangkan dalam banyak kajian (Ismail, 2004; Kusumawati & Hana, 2024; Wahidin et al., 2025). Perniagaan koperasi telah lama di tubuhkan di sekolah-sekolah di Malaysia bermula pada tahun 1968, yang mempunyai tujuan utama iaitu untuk membolehkan pelajar membeli makanan dan produk alat tulis pada harga yang berpatutan. Kini, koperasi bukan sahaja digunakan untuk menyediakan perkhidmatan, tetapi juga mengembangkan kemahiran keusahawanan pelajar. Di seluruh Malaysia terdapat lebih 2,430 koperasi sekolah dengan 1.6 juta ahli. Ini termasuk kedai kopi, perpustakaan, kedai alat tulis, dobi, perkhidmatan percetakan, tadika, agensi pelancongan, perusahaan pertanian, pusat seni, SPA dan kesatuan kredit (Halim, 2020). Pada tahun 2020, dianggarkan bahawa 10 koperasi sekolah telah mencapai perolehan lebih daripada RM 1 juta setahun daripada aktiviti mereka (Halim, 2020).

Perniagaan Koperasi juga turun dijalankan di Institusi Pendidikan Tinggi (IPT) dan dilihat mendapat banyak sambutan pelajar. Menurut laporan Amir (2022), Menteri Pembangunan Usahawan dan Koperasi, Tan Sri Noh Omar berkata daripada 20 Universiti Awam, hanya 14 universiti sahaja yang mempunyai koperasi sendiri manakala selebihnya tidak mempunyai koperasi, dan koperasi UKM berada di tangga teratas. Menurut laporan tersebut, Koperasi Universiti Kebangsaan Malaysia (Koperasi UNIKEB Berhad) menjadi koperasi terbaik koperasi Universiti Awam di seluruh Malaysia. Namun begitu, keadaan sebaliknya berlaku kepada koperasi di institusi TVET iaitu di koperasi di Politeknik Kuching Sarawak (PKS), di mana hasil jualan semakin merosot semenjak pasca pandemik Covid-19. Keadaan ini perlu dibaiki dan strategi berkesan perlu diambil segera bagi menarik minat semua pelajar untuk berbelanja di koperasi PKS. Berdasarkan kepada isu ini, sebelum menentukan strategi yang perlu diambil, kajian perlu dijalankan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi kemerosotan jualan koperasi Politeknik Kuching Sarawak. Kajian ini penting untuk dijadikan panduan dalam merangka strategi pengurusan dan pemasaran yang lebih sistematik untuk memastikan koperasi mempunyai daya tarikan dan daya saing yang tinggi.

### **Sorotan Kajian**

Banyak faktor yang mempengaruhi hasil jualan perniagaan. Antara faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap keuntungan perniagaan adalah kualiti produk, harga, dan promosi perniagaan (Wijaya & Rahayu, 2025). Selain itu, kajian Azzaakiyyah & Rijal (2025), menunjukkan bahawa diskaun boleh menarik perhatian pelanggan. Kajian tersebut juga menjelaskan untuk menarik pelanggan pada masa kini ianya banyak bergantung pada strategi promosi digital yang betul dan penglibatan pelanggan yang aktif. Dalam keadaan persaingan pada masa kini, koperasi institusi mestilah perlu melakukan perubahan selari dengan peredaran teknologi semasa. Ini selari dengan Chaudhary et al. (2025) yang menjelaskan bahawa inovasi perkhidmatan kini penting untuk perniagaan yang ingin berkembang maju dalam dunia perniagaan yang kompetitif pada masa kini. Pemecutan globalisasi telah menonjolkan keperluan inovasi, peningkatan persaingan pasaran global dan kemajuan teknologi yang pesat. Dalam telekomunikasi, inovasi perkhidmatan melibatkan penciptaan dan penambahbaikan perkhidmatan, teknologi dan kaedah interaksi pelanggan perlu diubah untuk memenuhi permintaan pengguna yang sentiasa berubah dan meningkatkan pengalaman pengguna. Terdapat juga kajian menunjukkan bahawa lokasi premis penting dalam perkembangan perniagaan (Kimelberg & Williams, 2013; Dixit et al., 2019; Zailani, 2025). Selain itu, kualiti perkhidmatan juga memainkan peranan penting dalam perniagaan. Menurut Kurniawan (2025), penyampaian perkhidmatan berkualiti tinggi merupakan strategi utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengekalkan kelebihan daya saing dalam industri perkhidmatan motosikal serta memupuk kesetiaan pelanggan jangka panjang.

### **Metodologi Kajian**

Kajian ini merupakan kajian kuantitatif yang dijalankan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kemerosotan jualan koperasi PKS. Responden kajian adalah dari kalangan pelajar di Politeknik Kuching Sarawak. Instrumen kajian yang digunakan adalah soal selidik. Item kajian dibina sendiri, tetapi telah melalui proses semakan daripada pensyarah yang masih dalam penulisan dan juga telah disahkan oleh Unit Penyelidikan, Inovasi Dan Komersialan (UPIK) di Politeknik Kuching Sarawak. Di samping itu, nilai cronbach alpha yang diperolehi bagi a) item pengetahuan (5 item = 0.891) dan b) item amalan (13 item = 0.794). Ini menunjukkan bahawa item yang dibina mempunyai tahap kebolehpercayaan yang baik dan sesuai untuk digunakan dalam penyelidikan. Teknik pensampelan yang digunakan adalah secara rawak yang diedarkan secara dalam talian. Responden akan menjawab soal selidik berdasarkan 5-skala likert yang disediakan dalam borang soal selidik. Analisis kajian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengukur tahap persetujuan pelajar terhadap item kajian dalam borang soal selidik berdasarkan nilai min, dengan interpretasi tahap adalah mengikut skala seperti yang digunakan oleh Ngadiman et al. (2019): 1.00–1.99 (Lemah), 2.00–2.99 (Rendah), 3.00–3.99 (Sederhana), dan 4.00–5.00 (Tinggi).

## Dapatan Kajian

### (a) Latar Belakang Responden

**Jadual 1: Latar Belakang Responden**

| Item                                                         |                                     | n   | %    |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----|------|
| Jantina                                                      | Lelaki                              | 284 | 52.5 |
|                                                              | Perempuan                           | 257 | 47.5 |
| Semester                                                     | Semester 1                          | 95  | 17.6 |
|                                                              | Semester 2                          | 293 | 54.2 |
|                                                              | Semester 3                          | 62  | 11.5 |
|                                                              | Semester 4                          | 56  | 10.4 |
|                                                              | Semester 5                          | 33  | 6.1  |
|                                                              | Semester 6                          | 2   | 0.4  |
| Jabatan                                                      | JKA                                 | 23  | 4.3  |
|                                                              | JKE                                 | 60  | 11.1 |
|                                                              | JKM                                 | 56  | 10.4 |
|                                                              | JKPK                                | 33  | 6.1  |
|                                                              | JP                                  | 163 | 30.1 |
|                                                              | JTMK                                | 206 | 38.1 |
| Duit poket bulanan                                           | Kurang daripada RM300               | 385 | 71.2 |
|                                                              | Lebih daripada RM1,000              | 8   | 1.5  |
|                                                              | RM300 – RM500                       | 115 | 21.3 |
|                                                              | RM501 – RM700                       | 19  | 3.5  |
|                                                              | RM701 – RM1,000                     | 14  | 2.6  |
| Kekerapan mengunjungi koperasi                               | 1 kali sebulan                      | 122 | 22.6 |
|                                                              | 2 Minggu Sekali                     | 114 | 21.1 |
|                                                              | 3 Minggu sekali                     | 51  | 9.4  |
|                                                              | Seminggu Sekali                     | 176 | 32.5 |
|                                                              | Setiap hari                         | 78  | 14.4 |
| Item yang kerap dibeli di koperasi                           | Alat tulis dan keperluan akademik   | 122 | 22.6 |
|                                                              | Barangan Mandian dan Penjagaan Diri | 27  | 5.0  |
|                                                              | Lain-lain                           | 39  | 7.2  |
|                                                              | Makanan dan Minuman                 | 353 | 65.2 |
| Jumlah wang yang dibelanjakan dalam seminggu di Koperasi PKS | Bawah RM10                          | 166 | 30.7 |
|                                                              | RM10 – RM30                         | 195 | 36.0 |
|                                                              | RM31 – RM60                         | 126 | 23.3 |
|                                                              | RM61 – RM99                         | 31  | 5.7  |
|                                                              | RM100 dan ke atas                   | 23  | 4.3  |

Jadual 1 menunjukkan latar belakang responden. Seramai 541 pelajar mengambil bahagian dalam kajian ini. Penglibatan yang memberangsangkan ini menunjukkan mereka ingin menyampaikan mesej kepada pihak koperasi bahawa pihak koperasi perlu membuat pembaharuan dan inovasi untuk menarik minat semula pelajar berbelanja di situ. Sekiranya dilihat dari kekerapan pelajar mengunjungi koperasi, majoriti pelajar datang ke koperasi hanyalah seminggu sekali. Terdapat juga pelajar yang hanya datang ke koperasi dalam tempoh sebulan sekali. Manakala dari segi barangan item yang dibeli, majoriti membuat pembelian makanan dan minuman. Bagi jumlah wang yang dibelanjakan dalam seminggu di Koperasi PKS, majoriti adalah antara RM10 hingga RM30 sahaja. Keadaan ini menjelaskan koperasi tidak lagi memenuhi keperluan pelajar. Sekiranya pihak koperasi tidak membuat pembaharuan dan memenuhi keperluan dan kehendak pelajar, tidak mustahil pelajar tidak lagi akan mengunjungi koperasi.

(b) Faktor Penentu Kepada Jumlah Perbelanjaan Pelajar Di Koperasi

**Jadual 2: Hasil Regresi Linear**

| No | Pemboleh ubah bebas<br>(Faktor)         | Pemboleh<br>ubah<br>bersandar         | S.P   | Beta   | nilai-t | nilai-p | Status  |
|----|-----------------------------------------|---------------------------------------|-------|--------|---------|---------|---------|
| 1  | E-dagang ganti koperasi                 | Jumlah<br>perbelanjaan di<br>Koperasi | 0.053 | -0.022 | -0.410  | 0.682   |         |
| 2  | Beli dalam talian lebih<br>jimat        |                                       | 0.055 | 0.126  | 2.268   | 0.024   | Sig.*   |
| 3  | Pembelian dalam talian<br>lebih efisien |                                       | 0.046 | 0.103  | 1.911   | 0.056   | Sig. ** |
| 4  | Bayaran tanpa tunai terhad              |                                       | 0.058 | -0.051 | -0.894  | 0.372   |         |
| 5  | Pilih kedai luar kampus                 |                                       | 0.066 | 0.048  | 0.762   | 0.446   |         |
| 6  | Harga koperasi lebih<br>mahal           |                                       | 0.071 | -0.062 | -0.896  | 0.371   |         |
| 7  | Kurang promosi/diskaun                  |                                       | 0.074 | 0.042  | 0.594   | 0.553   |         |
| 8  | Harga melebihi bajet<br>pelajar         |                                       | 0.077 | 0.089  | 1.181   | 0.238   |         |
| 9  | Tiada transaksi digital                 |                                       | 0.058 | -0.024 | -0.425  | 0.671   |         |
| 10 | Harga tidak mesra pelajar               |                                       | 0.070 | 0.043  | 0.649   | 0.517   |         |
| 11 | Tiada promosi jualan                    |                                       | 0.063 | 0.126  | 2.032   | 0.043   | Sig.*   |
| 12 | Produk kurang menarik                   |                                       | 0.081 | -0.058 | -0.748  | 0.455   |         |
| 13 | Variasi jenama terhad                   |                                       | 0.070 | -0.030 | -0.452  | 0.652   |         |
| 14 | Kuasa beli pelajar rendah               |                                       | 0.060 | -0.032 | -0.480  | 0.631   |         |
| 15 | Stok keperluan sering<br>habis          |                                       | 0.073 | -0.024 | -0.321  | 0.749   |         |
| 16 | Waktu operasi tidak sesuai              |                                       | 0.063 | 0.065  | 1.053   | 0.293   |         |
| 17 | Stok lama dijual                        |                                       | 0.071 | 0.083  | 1.160   | 0.246   |         |
| 18 | Produk tidak relevan                    |                                       | 0.070 | -0.256 | -3.759  | 0.000   | Sig,*   |
| 19 | Barisan pembayaran<br>panjang           |                                       | 0.067 | -0.025 | -0.397  | 0.691   |         |

|    |                                      |       |        |        |       |       |
|----|--------------------------------------|-------|--------|--------|-------|-------|
| 20 | Lokasi tidak strategik               | 0.071 | 0.023  | 0.333  | 0.739 |       |
| 21 | Susun atur tidak menarik             | 0.059 | -0.128 | -2.116 | 0.035 | Sig.* |
| 22 | Kualiti/perkhidmatan tidak memuaskan | 0.057 | -0.029 | -0.495 | 0.621 |       |
| 23 | Layanan staf tidak mesra             | 0.059 | 0.024  | 0.385  | 0.700 |       |

Nota: \*Signifikan pada aras 0.05; \*\*Signifikan pada aras 0.10.

Jadual 2 menunjukkan hasil analisis regresi linear bagi menentukan manakah faktor utama yang mempengaruhi jumlah perbelanjaan pelajar di Koperasi PKS. Sebanyak 23 faktor di analisis bermula dari faktor E-dagang ganti koperasi hinggalah ke Layanan staf tidak mesra. Hasil analisis menunjukkan hanya lima faktor utama yang mempengaruhi jumlah perbelanjaan pelajar di koperasi iaitu:

- i. Beli dalam talian lebih jimat ( $B=0.126$ ,  $t=2.268$ )
- ii. Pembelian dalam talian lebih efisien ( $B=0.103$ ,  $t=1.911$ )
- iii. Tiada promosi jualan ( $B=0.126$ ,  $t=2.032$ )
- iv. Produk tidak relevan ( $B=-0.256$ ,  $t=-3.759$ )
- v. Susun atur tidak menarik ( $B=-0.128$ ,  $t=-2.116$ )

Faktor-faktor yang signifikan yang mempengaruhi pelajar untuk berbelanja di koperasi merupakan faktor yang perlu diberi perhatian oleh pihak koperasi. Sebagai contoh, disebabkan pada masa kini platform penjualan dalam talian semakin mudah dan kos pembelian yang murah, pihak pengurusan koperasi perlu mencari alternatif untuk meletakkan barang-barang jualan yang relevan untuk pelajar. Ini kerana dapatan ini juga menjelaskan bahawa majoriti pelajar bersetuju bahawa barang-barang yang dijual di koperasi masa kini adalah tidak relevan dan kemungkinan tidak menepati keperluan dan kehendak pelajar. Sebenarnya bukan sahaja pelajar malah pengguna awam juga akan mencari barang alternatif di platform jual beli dalam talian sekiranya barang yang mereka perlu tiada atau tidak menepati keperluan mereka.

## Kesimpulan

Dapatan kajian ini menjelaskan bahawa untuk meningkatkan semula jualan koperasi PKS, pihak pengurusan koperasi perlu membuat perubahan untuk menarik semula pelanggan untuk membeli. Dalam keadaan persaingan perniagaan masa kini, keperluan pelajar PKS boleh diperolehi melalui kedai-kedai yang berhampiran dengan PKS terutama mereka yang bukan tinggal di asrama pelajar. Selain itu, dengan kemajuan teknologi internet, mudah bagi pelajar untuk mencari keperluan melalui platform jualan dalam talian seperti Shopee, Lazada dan sebagainya. Begitu juga dengan adanya perkhidmatan penghantaran barang seperti "Runner", pelajar boleh mendapatkan keperluan mereka daripada luar institusi. Justeru itu, sekiranya pihak pengurusan koperasi tidak bertindak dan membuat perubahan, tidak mustahil pelajar akan melihat kewujudan koperasi sudah lagi tidak relevan lagi, dan hanya membuat pembelian kecil seperti alat tulis dan makanan ringan sahaja.

Kajian ini mencadangkan supaya koperasi PKS menilai semula keperluan dan minat pelajar semasa melalui tinjauan atau penyelidikan secara menyeluruh. Barangan yang dijual perlu lebih relevan seperti makanan ringan popular, alat tulis yang mengikut trend, produk keperluan harian pelajar serta barangan edisi khas sekolah. Selain itu, susun atur koperasi yang lebih kemas, harga berpatutan dan kualiti barangan yang baik dapat menarik pelajar untuk datang semula. Promosi seperti potongan harga, pakej kombo, jualan waktu rehat khas atau sistem

ganjaran (kad setia) juga boleh meningkatkan minat pelajar untuk membuat pembelian. Di samping itu, penglibatan pelajar secara aktif dalam pengurusan koperasi sangat penting. Pelajar boleh dilantik sebagai ahli jawatankuasa kecil untuk mencadangkan produk baharu, membantu promosi melalui media sosial sekolah atau poster kreatif, serta menjalankan kaji selidik ringkas tentang kehendak rakan sebaya. Aktiviti seperti jualan sempena hari sukan, minggu kokurikulum atau kolaborasi dengan kelab dan persatuan dapat menambah peluang jualan. Dengan pendekatan yang lebih kreatif dan mesra pelajar, koperasi sekolah berpotensi untuk kembali aktif dan meningkatkan jumlah jualan secara berterusan.

### **Penghargaan**

Setinggi-tinggi penghargaan dirakamkan kepada Koperasi Politeknik Kuching Sarawak Berhad atas galakan dan sokongan terhadap pelaksanaan kajian ini. Penghargaan khusus turut ditujukan kepada Ahli Lembaga Koperasi (ALK) serta Puan Erina (Pengurus koperasi) atas bantuan dalam penyebaran borang soal selidik kepada pelajar.

## Rujukan

- Amir, A. (2022, 19 Oktober). *Koperasi UNIKEB Berhad, koperasi terbaik universiti awam*. Universiti Kebangsaan Malaysia – Berita UKM. <https://www.ukm.my/beritaukm/koperasi-unikeb-berhad-koperasi-terbaik-univesiti-awam/>
- Azzaakiyyah, H. K., & Rijal, S. (2025). Integration of Discount Strategies, Digital Promotion, and Customer Engagement in Enhancing MSME Competitiveness in the E-Commerce Ecosystem During Ramadan. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 3(1), 330-337.
- Dixit, A., Clouse, C., & Turken, N. (2019). Strategic business location decisions: Importance of economic factors and place image. *Rutgers Business Review*, 4(1).
- Halim, H. (2020, February 26). *School cooperatives in Malaysia*. International Co-operative Alliance. <https://ica.coop/en/newsroom/news/school-cooperatives-malaysia>
- Ismail, A. M. (2004). *Jati diri dalam gerakan koperasi sekolah*. Utusan Publications.
- Kimelberg, S. M., & Williams, E. (2013). Evaluating the importance of business location factors: The influence of facility type. *Growth and Change*, 44(1), 92-117.
- Kurniawan, A., Hidayatun, U. S., Jayanti, A., Septyarini, E., & Sudibyo, T. D. (2025). Enhancing Customer Loyalty: The Role Of Service Quality In Customer Satisfaction. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e04412-e04412.
- Kusumawati, Y., & Hana, C. (2024). Peran Koperasi Sekolah Di Bidang Ekonomi Dalam Implementasi Kurikulum Merdeka Di SMA Negeri 3 Kediri. *JURNAL EKUIVALENSI*, 10(1), 44-57.
- Ngadiman, D. W. T., Yacoob, S. E., & Wahid, H. (2019). Tahap Harga Diri Kumpulan Berpendapatan Rendah yang Berhutang dan Peranan Organisasi dalam Sektor Perladangan. *Melayu: Jurnal Antarabangsa Dunia Melayu*, 12(2), 238-254.
- Wahidin, O., Widyaningsih, D., Anisah, A., Rusdiyana, R., & Febianti, Y. N. (2025). PERANAN KOPERASI SEKOLAH DALAM MENUMBUHKAN JIWA BERWIRSAHA PADA SISWA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(2), 632-642.
- Wijaya, K., & Rahayu, N. P. W. (2025). The Effect of Product Quality, Price, And Promotion on Consumer Satisfaction at SKJ Garage Bandar Lampung. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(2), 486-494.
- Zailani, A. (2025). The effect of service quality and business location on words of mouth through consumer satisfaction as a mediation variable (study on customers of Wedangan “Ginastel” in Sukoharjo City). *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 2(3), 21-21.