

## **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Perguruan Tinggi Dengan Metode Quality Function Deployment (Qfd) (Studi Di Resto Kemuning Polije)**

*Analysis Of Consumer Satisfaction With Higher College Restaurant Services Using The Quality Function Deployment (Qfd) Method (Study At Kemuning Polije Resto)*

**Dewi Kurniawati<sup>1</sup>, Oktanita Jaya Anggraeni<sup>1</sup>, R. Abdoel Djamali<sup>1</sup>, Naning Retnowati<sup>1</sup>, Rizal Perlambang CNAWP<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember  
[\\*dewi\\_kurniawati@polije.ac.id](mailto:dewi_kurniawati@polije.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian untuk memahami kebutuhan konsumen dan merancang perbaikan kualitas layanan secara strategis. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria tertentu. Data dianalisis berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata kesenjangan (*gap*) pada lima dimensi SERVQUAL bernilai positif, mengindikasikan tingkat kepuasan konsumen yang baik, namun tetap memerlukan perbaikan di beberapa aspek, seperti jumlah karyawan, tanggapan terhadap komplain, dan sistem pembayaran. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) mengidentifikasi atribut prioritas yang harus diperbaiki, sementara analisis *House of Quality* (HOQ) menghasilkan strategi perbaikan, termasuk implementasi sistem pembayaran modern, pelatihan karyawan, dan penyediaan fasilitas pendukung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perbaikan layanan yang terstruktur dan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing bisnis. Rekomendasi strategis diberikan untuk mendukung keberlanjutan Resto Kemuning Polije dalam menghadapi persaingan di industri jasa.

**Kata Kunci :** Kepuasan Konsumen , Quality Function Deployment , pelatihan karyawan, dan daya saing bisnis.

### **ABSTRACT**

*Research to understand consumer needs and plan strategic service quality improvements. The research method used is descriptive quantitative by collecting data through questionnaires to 100 respondents who meet certain criteria. Data was analyzed based on five SERVQUAL dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The research results show that the average gap in the five SERVQUAL dimensions is positive, indicating a good level of customer satisfaction, but still requires improvement in several aspects, such as the number of employees, responses to complaints, and payment systems. Importance Performance Analysis (IPA) analysis identifies priority attributes that must be improved, while House of Quality (HOQ) analysis produces improvement strategies, including the implementation of a modern payment system, employee training, and the provision of supporting facilities. This research concludes that structured and continuous service improvements are needed to increase consumer satisfaction and business competitiveness. Strategic recommendations are provided to support the sustainability of Resto Kemuning Polije in facing competition in the service industry.*

**Keywords:** *Consumer Satisfaction, Quality Function Deployment, employee training, and business competitiveness.*

### **OPEN ACCESS**

© 2024. Dewi Kurniawati, Oktanita Jaya Anggraeni, R. Abdoel Djamali, Naning Retnowati, Rizal Perlambang CNAWP



Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

## 1. Pendahuluan

Pelayanan yang berkualitas menjadi kunci utama dalam menciptakan kepuasan konsumen di sektor jasa, khususnya industri restoran. Restoran tidak hanya dituntut untuk menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan yang menyeluruh, mulai dari keramahan karyawan, kecepatan layanan, hingga kenyamanan fasilitas. Kepuasan konsumen tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga menjadi salah satu indikator keberhasilan bisnis restoran dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif [1], [2], [3].

Resto Kemuning Polije, sebagai salah satu restoran yang beroperasi di lingkungan perguruan tinggi, menghadapi tantangan untuk memenuhi ekspektasi konsumen yang berasal dari berbagai kalangan, seperti mahasiswa, staf pengajar, dan masyarakat umum. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, diperlukan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen serta pendekatan strategis untuk merancang layanan yang lebih baik. Salah satu metode yang efektif untuk tujuan ini adalah Quality Function Deployment (QFD), yang memadukan analisis kebutuhan konsumen dengan perencanaan teknis untuk perbaikan layanan.

Metode QFD memungkinkan identifikasi atribut-atribut pelayanan yang paling penting bagi konsumen, seperti keramahan karyawan, kecepatan layanan, dan ketersediaan fasilitas pendukung. Selain itu, metode ini membantu manajemen restoran dalam menyusun prioritas perbaikan berdasarkan analisis kesenjangan (gap analysis) antara harapan dan persepsi konsumen. Dengan demikian, perbaikan layanan dapat dilakukan secara terstruktur dan tepat sasaran.

Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Resto Kemuning Polije dengan menggunakan metode QFD. Fokus penelitian meliputi evaluasi atribut-atribut pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti langsung (tangibles). Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya

memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan konsumen, tetapi juga menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajemen untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan [4], [5], [6].

Kontribusi praktis bagi industri restoran dalam mengaplikasikan pendekatan berbasis kebutuhan konsumen untuk meningkatkan daya saing. Dengan memahami secara mendalam atribut pelayanan yang paling menentukan kepuasan pelanggan, restoran dapat menyusun strategi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pada akhirnya, peningkatan kualitas pelayanan diharapkan mampu mendukung keberlanjutan bisnis Resto Kemuning Polije di tengah persaingan industri jasa yang semakin kompleks.

## 2. Metodologi

Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan Quality Function Deployment (QFD). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan jasa Resto Kemuning Polije. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berusia antara 19 hingga 50 tahun, tanpa batasan domisili, dan telah melakukan pembelian minimal satu kali.

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dengan nilai r-tabel sebesar 0,254. Data yang valid kemudian dianalisis untuk menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut pelayanan yang tersedia. Selanjutnya, dilakukan analisis kesenjangan (gap) menggunakan model SERVQUAL untuk mengidentifikasi perbedaan antara persepsi konsumen terhadap kinerja layanan dan harapannya.

Hasil analisis kesenjangan dipetakan ke dalam diagram Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengidentifikasi atribut-atribut prioritas. Proses ini dilanjutkan dengan penyusunan House of Quality (HOQ), yang bertujuan merancang strategi perbaikan layanan berdasarkan voice of customer dan kebutuhan teknis yang diperlukan.



### 3. Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Resto Kemuning Polije dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Perguruan Tinggi dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) (Studi di Resto Kemuning Polije):

#### a. Service Quality

Hasil pengolahan data mengenai kesenjangan (gap) antara tingkat kepuasan kinerja dan tingkat kepentingan konsumen dengan menggunakan 5 dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa nilai kesenjangan (gap) rata-rata bernilai positif, namun tetap perlu dilakukan evaluasi kembali perbaikan kinerja yang selama ini diasumsikan kurang baik untuk keberlanjutan Resto Kemuning Polije.

Dimensi reliability dengan nilai rata-rata kesenjangan (gap) adalah sebesar 0,460 yang terdiri dari ketelitian karyawan dalam menyajikan menu konsumen, jumlah karyawan sebanding dengan konsumen yang dilayani, kecekatan karyawan dalam melayani konsumen, kualitas menu sesuai dengan harga yang diberikan [7], [8], [9].

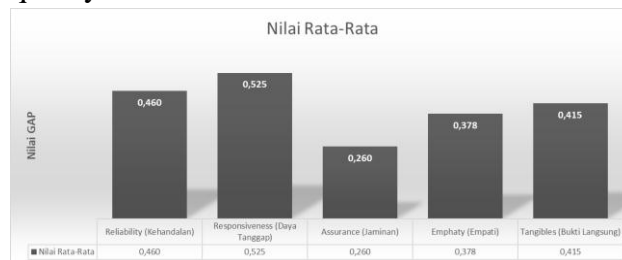
Kedua, dimensi responsiveness dengan nilai rata-rata kesenjangan (gap) sebesar 0,525 membuktikan bahwa Resto Kemuning Polije cukup memberikan hasil atau pelayanan yang memuaskan karena nilainya positif terutama pada atribut karyawan mampu menjelaskan menu yang tersedia dengan baik, harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat, karyawan menanggapi komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan, makanan dan minuman disajikan dengan cepat dan tepat.

Ketiga, dimensi assurance dengan nilai rata-rata kesenjangan (gap) sebesar 0,260 dimana menunjukkan bahwa atribut penampilan karyawan rapi dan sopan, antrian yang teratur dan tertib, perasaan aman selama berurusan

dengan karyawan, serta kemudahan memilih menu yang disajikan memberikan nilai positif atau cukup memuaskan konsumen [10], [11], [12].

Keempat, dimensi empathy dengan nilai rata-rata kesenjangan (gap) sebesar 0,378 menunjukkan bahwa Keramahan karyawan dalam melayani konsumen, Karyawan menerima kritik dan saran dari konsumen, Karyawan menerima komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan hingga pelayanan yang sopan dan ramah dari kasir sudah memuaskan dan bernilai positif.

Kelima, dimensi [13], [14], [15] dengan nilai rata-rata kesenjangan (gap) sebesar 0,415 dimana nilai positif pada dimensi ini menunjukkan bahwa ketersediaan lahan parkir, ketersediaan fasilitas internet (WiFi Gratis), ketersediaan live music, Tingkat kenyamanan dan keamanan, Tingkat kebersihan (menu, dapur, meja konsumen dll), Ketersediaan fasilitas umum (Mushola, kamar mandi, dll) sudah memuaskan konsumen di Resto Kemuning Polije. Di bawah ini merupakan gambar diagram kesenjangan (gap) service quality:



Gambar 1 Diagram Kesenjangan (Gap) Service Quality

#### b) Importance Performance Analysis (IPA)

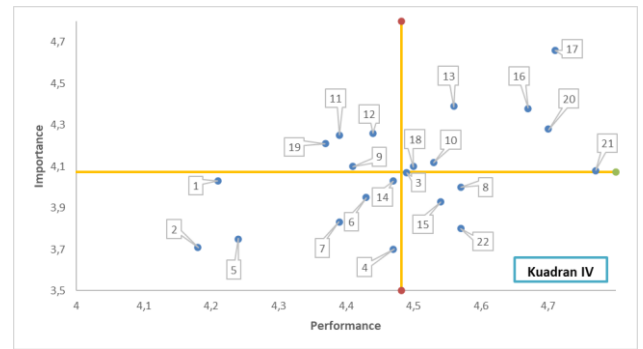
Sebuah matriks importance performance analysis dapat menghasilkan analisis tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap kualitas pelayanan dimana menunjukkan letak masing-masing atribut pelayanan yang dijabarkan ke dalam 4 kuadran dan memiliki penilaian tersendiri [16], [17], [18].

Pada kuadran I menunjukkan analisis IPA yaitu prioritas tinggi pada atribut nomor (9) Jumlah karyawan sebanding dengan konsumen yang dilayani, (11) Karyawan menanggapi komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan, (12) Karyawan mampu menjelaskan menu yang tersedia dengan baik, (19) Harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat.

Kuadran II, yaitu yang dipertahankan adalah atribut nomor adalah atribut (10) Antrian yang teratur dan tertib, (13) Keramahan karyawan dalam melayani konsumen, (16) Pelayanan yang sopan dan ramah dari kasir, (17) Ketersediaan lahan parkir, (18) Ketersediaan fasilitas internet (WiFi Gratis), (20) Tingkat kenyamanan dan keamanan, (21) Tingkat kebersihan (menu, dapur, meja konsumen dll).

Kuadran III, yaitu prioritas rendah pada atribut nomor atribut (1) Ketelitian karyawan dalam menyajikan menu konsumen, (2) Penampilan karyawan rapi dan sopan, (4) Kualitas menu sesuai dengan harga yang diberikan, (5) Kemudahan memilih menu yang disajikan, (6) Ketersediaan live music, (7) Perasaan aman selama berurusan dengan karyawan, (14) Karyawan menerima kritik dan saran dari konsumen.

Kuadran IV, yaitu berlebihan (over) pada atribut nomor (3) Kecekatan karyawan dalam melayani konsumen, (8) Makanan dan minuman disajikan dengan cepat dan tepat, (15) Karyawan menerima komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan, (22) Ketersediaan fasilitas umum (Mushola, kamar mandi, dll). Tingkat kepentingan dari sebuah atribut membentuk sumbu (y) dan tingkat kepuasan kinerja membentuk sumbu (x) yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Diagram IPA Atribut Pelayanan Resto Kemuning Polije

a) Analisa *House of Quality* (HOQ)

Matriks antara *Whats* dengan *Hows* dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

		Technical Descriptor (HOWs)				
		Membuka lowongan pekerjaan untuk perekrutan karyawan baru	Mengadakan display menu yang menarik dan interaktif, misalnya dengan menggunakan gambar makanan yang menggugah selera.	Menerapkan sistem POS (Point of Sale) yang canggih	Mengimplementasikan sistem pelaporan yang mudah digunakan agar karyawan dapat melaporkan setiap komplain yang diterima.	Membuat program pelatihan khusus karyawan untuk meningkatkan kinerja SDM
Customer Requirement (Whats)	Jumlah karyawan sebanding dengan konsumen yang dilayani	●	△	△	△	△
	Karyawan menanggapi komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan	△	△	△	●	●
	Karyawan mampu menjelaskan menu yang tersedia dengan baik	△	●	△	△	●
	Harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat	△	△	●	△	△

Gambar 3. Matriks antara *Whats* dengan *Hows*

Perbaikan kualitas pelayanan pada 4 atribut yang diprioritaskan oleh Resto Kemuning Polije berdasarkan hasil analisa rumah kualitas (HOQ) diperoleh hasil hubungan seperti di bawah ini:

1. Karyawan menanggapi komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan

Pada atribut prioritas 1 memiliki nilai absolute weight tertinggi yaitu sebesar 5,809 dan normalisasi bobot 30,940. Respon teknis yang memiliki hubungan kuat (●) dengan nilai 9 yaitu mengimplementasikan sistem pelaporan yang mudah digunakan agar karyawan dapat melaporkan setiap komplain yang diterima dan membuat program pelatihan khusus karyawan untuk meningkatkan kinerja SDM. Konsumen berharap kepada Resto Kemuning Polije untuk meningkatkan kinerja karyawannya

agar komplain yang diberikan konsumen dapat ditanggapi dengan baik sebagai bentuk evaluasi pelayanan restoran.

## 2. Harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat

Atribut prioritas 2 adalah harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat dengan absolute weight sebesar 5,780 dan normalisasi bobot 25,789. Respon teknis yang memiliki hubungan kuat (●) dengan nilai 9 menerapkan sistem POS (Point of Sale) yang canggih dan membuat program pelatihan khusus karyawan untuk meningkatkan kinerja SDM. Harapan konsumen kepada Resto Kemuning Polije adalah membuat system pembayaran yang memudahkan proses transaksi untuk mengelola operasional restoran. Sistem ini tidak hanya memudahkan proses transaksi, tetapi juga menunjang kualitas pelayanan yang modern dan mengikuti perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pihak Resto Kemuning Polije juga perlu membuat program khusus karyawan untuk meningkatkan kinerjanya terutama untuk pengoperasian teknologi.

## 3. Karyawan mampu menjelaskan menu yang tersedia dengan baik

Pada atribut prioritas 3 memiliki nilai absolute weight sebesar 3,838 dan normalisasi bobot 20,443. Hubungan respon teknis yang kuat (●) dengan nilai 9 yaitu menyediakan display menu yang menarik dan informatif, misalnya dengan menggunakan gambar makanan yang menggugah selera dan membuat program pelatihan khusus karyawan untuk meningkatkan kinerja. Display menu yang menarik dan informatif dapat memudahkan karyawan dan konsumen untuk mengetahui jenis makanan atau minuman yang dipesan sehingga meminimalisir kesalahan

pemesanan menu. Pihak Resto Kemuning Polije perlu melakukan pelatihan karyawan terutama kemampuan komunikasi dan kemampuan membuat display menu yang menarik dan informatif.

## 4. Jumlah karyawan sebanding dengan konsumen yang dilayani

Atribut ini menjadi prioritas 4 untuk dilakukan perbaikan. Atribut ini memiliki absolute weight sebesar 3,347 dan nilai normalisasi bobot 17,828. Respon teknis yang memiliki hubungan kuat (●) dengan nilai 9 yaitu membuka lowongan pekerjaan untuk perekrutan karyawan baru. Konsumen Resto Kemuning Polije paling dominan adalah mahasiswa. Mengingat jumlah mahasiswa sudah sangat banyak, maka jumlah karyawan juga harus seimbang agar mampu memberikan pelayanan yang maksimal dan memenuhi kebutuhan, pola dan keinginan pasar [19]. Oleh karena itu, perlu dilakukan perekrutan karyawan baru untuk menambah tenaga kerja di Resto Kemuning Polije.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata kesenjangan (gap) pada lima dimensi kualitas jasa pada model service quality menunjukkan nilai positif artinya tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Resto Kemuning Polije sudah memuaskan dan mampu memenuhi keinginan konsumen, tetapi tetap perlu dilakukan upaya perbaikan pelayanan untuk keberlanjutan restoran.
2. Atribut prioritas berdasarkan hasil HOQ yang perlu dilakukan perbaikan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen di Resto Kemuning Polije yakni ada 4 atribut yaitu karyawan menanggapi komplain dari konsumen atas pelayanan yang diberikan, harga menu standar dan sistem pembayaran mudah dan cepat,





karyawan mampu menjelaskan menu yang tersedia dengan baik, dan jumlah karyawan sebanding dengan konsumen yang dilayani

3. Usulan perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan kepada Resto Kemuning Polije yaitu membuka lowongan pekerjaan untuk perekrutan karyawan baru, menyediakan display menu yang menarik dan informatif misalnya dengan menggunakan gambar makanan yang menggugah selera, menerapkan sistem POS (Point of Sale) yang canggih, mengimplementasikan sistem pelaporan yang mudah digunakan agar karyawan dapat melaporkan setiap komplain yang diterima, dan membuat program pelatihan khusus karyawan untuk meningkatkan kinerja SDM.

## 5. Daftar Pustaka

- [1] H. Sairo, H. Sumampouw, and O. Walangitan, "Pengaruh Startegi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT.Sinar Purefoods Internasional Bitung," 2018, doi: 10.35797/jab.6.002.2018.19855.%p.
- [2] H. Hariyono, "Do Economic Attitudes Drive to Employee Productivity? Lesson from Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 1, pp. 1009–1016, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.1009.
- [3] A. M. A. Ausat, E. S. Astuti, and W. Wilopo, "Analisis Faktor yang Berpengaruh pada Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM di Kabupaten Subang," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. null, p. null, 2022, doi: 10.25126/jtiik.2022925422.
- [4] O. Omoruyi, "Influence of information technology on logistics integration and delivery reliability of small and medium enterprises in Gauteng Province," *Int. J. Ebus. eGovernment Stud.*, vol. 10, no. 1, pp. 34–50, 2018.
- [5] S. K. Afrifa, "Determining Contractual Opportunities in Outsourcing of Building Engineering Functions: A Transaction Cost Theory Approach." *search.proquest.com*, 2021. [Online]. Available: <https://search.proquest.com/openview/89cf85a071a827b50dd79674c31e9315/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- [6] F. Camitez and D. Çelebi, "Transaction cost economics of procurement models in public transport: An institutional perspective," *Res. Transp. Econ.*, 2018, [Online]. Available: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0739885917303074>
- [7] H. Takeshima, M. T. Win, and I. Masias, "Monitoring the Impact of COVID-19 in Myanmar: Agricultural Equipment Retailers–July 2020 survey round." *books.google.com*, 2020. [Online]. Available: [https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=1e72DwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA2%5C&dq=covid+pandemic+agricultural+trade%5C&ots=xR40k9hRm8%5C&sig=Ho0uhHhpkMIuJBT\\_mkfZKOKYNpw](https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=1e72DwAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA2%5C&dq=covid+pandemic+agricultural+trade%5C&ots=xR40k9hRm8%5C&sig=Ho0uhHhpkMIuJBT_mkfZKOKYNpw)
- [8] A. M. Abdullah and G. G. H. F. Al-Taye, "An economical study to measurement of marketing efficiency in calf fattening fields in nineveh governorate(2018)," *Iraqi Journal of Agricultural Sciences*, vol. 51, no. 4, pp. 1128–1138, 2020. doi: 10.36103/ijas.v51i4.1092.
- [9] H. M. Arelovich, "Facts and thoughts on how the COVID-19 pandemic has affected animal agriculture in Argentina," *Anim. Front.*, 2021, [Online]. Available: <https://academic.oup.com/af/article-abstract/11/1/28/6129033>
- [10] A. R. Ambali and A. N. Bakar, "People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 121, no. September 2012, pp. 3–25, 2014, doi: 10.1016/j.sbspro.2014.01.1104.
- [11] S. Gonçalves, S. Lee, A. M. Khaneghah, and ..., "Enzyme-based approaches to control microbial biofilms in dairy processing environments: A review," *Qual. Assur. ...*, 2020, [Online]. Available: <https://www.qascf.com/index.php/qas/article/view/828>
- [12] E. W. L. Dr and P. Pretorius, "The role of the transaction assurance, perceived cost and the perceived innovation in the decision to continue using mobile money services among small business ...," *... African J. ...*, 2018, [Online]. Available: <https://digitalcommons.kennesaw.edu/ajis/vol10/iss2/3/>



- [13] E. S. Utami, T. A. Gumanti, B. Subroto, and U. Khasanah, "Static or Dynamic Capital Structure Policy Behavior: Empirical Evidence from Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 1, pp. 071–079, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.071.
- [14] G. D. Saxton and C. Guo, "Social media capital: Conceptualizing the nature, acquisition, and expenditure of social media-based organizational resources," *Int. J. Account. Inf. ...*, 2020, [Online]. Available: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S146708951830071X>
- [15] A. A. Rentizelas, A. J. Tolis, and I. P. Tatsiopoulou, "Logistics issues of biomass: The storage problem and the multi-biomass supply chain," *Renew. Sustain. Energy Rev.*, vol. 13, no. 4, pp. 887–894, 2009, doi: 10.1016/j.rser.2008.01.003.
- [16] D. G. SAINGER, "HUMAN EXPERIENCE: A NEW PARADIGM OF EMPLOYEE EXPERIENCE AT WORK Dr," *Gazi Univ. J. Sci.*, vol. 33, no. 3, pp. 630–644, 2020, doi: 10.35378/gujs.690948.
- [17] L. T. Nguyen, J. An, and L. V Ngo, "Transforming social capital into performance via entrepreneurial orientation," *Australas. Mark. J.*, 2020, [Online]. Available: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1441358220300203>
- [18] A. M. A. Ausat, "The Application of Technology in the Age of Covid-19 and Its Effects on Performance," *Apollo J. Tour. Bus.*, vol. null, p. null, 2023, doi: 10.58905/apollo.v1i1.8.
- [19] M. R. Umami, Z. Zainuri, S. Viphindartin, and R. P. Somaji, "Has the COVID-19 Pandemic created a New Pattern of Sugar Cane Trading?," *Sarhad J. Agric.*, vol. 38, no. 5, 2022, doi: 10.17582/journal.sja/2022/38.5.263.270.

