

---

## Analisis *Selling Skill* terhadap Penjualan Produk Asuransi Bank BCA Trunojoyo Jember

<sup>1</sup>Ardi Wiranata

Universitas Terbuka

<sup>2</sup>Lingga Yuliana

Universitas Paramadina

Korespondensi penulis: [alfanata25@gmail.com](mailto:alfanata25@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the selling skills of marketing officers in the process of selling insurance products at BCA Trunojoyo Branch. It is a qualitative descriptive study. The respondents are insurance marketing officers assigned to the BCA Trunojoyo branch in Jember. The data source used is primary data, which was obtained through interviews with the insurance marketing officers at the BCA Trunojoyo branch in Jember, conducted in April 2025. The results of the study indicate that the selling skills possessed by each individual selling skills have a crucial role in enhancing the success of insurance product sales. By implementing the development of good selling skills for marketing staff, it is hoped that Bank BCA Trunojoyo Jember can improve the quality of marketing staff periodically through training so that they can meet the company's goals and be able to maintain competitiveness in the banking sector, especially the sale of insurance products.*

**Keywords:** *Insurance, Sales, Banking, Selling Skill*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *selling skills* petugas pemasar dalam proses penjualan produk asuransi di bank BCA Trunojoyo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Responden merupakan petugas pemasar asuransi yang bertugas di cabang bank BCA Trunojoyo Jember. Sumber data menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari wawancara kepada petugas pemasar asuransi yang bertugas di cabang BCA Trunojoyo Jember yang dilaksanakan pada bulan April 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan *selling skills* yang dimiliki tiap-tiap individu memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keberhasilan penjualan produk asuransi. Dengan menerapkan pengembangan kemampuan *selling skills* yang baik bagi para tenaga pemasar, diharapkan Bank BCA Trunojoyo Jember dapat meningkatkan kualitas tenaga pemasar secara berkala melalui pelatihan agar dapat memenuhi tujuan perusahaan dan mampu mempertahankan daya saing dibidang perbankan terutama penjualan produk asuransi.

Kata kunci: Asuransi, Penjualan, Perbankan, *Selling Skill*

### 1. LATAR BELAKANG

Dunia perbankan di Indonesia saat ini sedang dalam perkembangan yang cukup baik yang ditandai dengan munculnya berbagai investasi yang dilakukan (Ramadhanu & Yuliana, 2025). Investasi yang dilakukan turut memberikan andil dalam upaya memacu pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu faktor yang menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak lepas dari keberadaan Sumber Daya Manusia. Dalam sebuah perusahaan, karyawan merupakan aset yang sangat penting karena mereka menjadi penggerak utama dalam menjalankan seluruh kegiatan operasional (Ega et al., 2025; Serick et al., 2021). Peran sumber daya manusia sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Firdaus et al., 2025; Oktafianto et al., 2024; Oktavia et al., 2025). Sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh perusahaan adalah tenaga kerja yang

memiliki kesungguhan dan kemauan untuk bekerja secara efektif dan efisien, serta pribadi yang memiliki keinginan untuk mengembangkan diri secara maksimal untuk suatu tujuan tertentu (Fadzillah et al., 2025; Yakup & Yuliana, 2025). Tenaga penjualan merupakan salah satu garda terdepan yang memiliki tugas untuk melakukan kegiatan operasi penjualan dari produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Yuliana, 2023). Salah satu produk yang ditawarkan oleh perbankan adalah asuransi bancassurance.

Asuransi merupakan salah satu bentuk pengalihan resiko. Pertimbangan yang timbul dalam pengambilan keputusan terhadap bentuk penanganan risiko didasarkan pada apakah risiko yang berhasil diidentifikasi karena ketidakpastian tersebut dapat dicegah, dihindari, ditanggung sendiri atau harus dialihkan kepada pihak lain (Ganie, 2023; Parashakti et al, 2024). Dalam proses penjualan asuransi peranan petugas pemasar cukup penting dalam memasarkan suatu produk asuransi. Konsep bancassurance pertama kali berawal dari negara Inggris tahun 1965 dengan mendirikan Barclays Life, kemudian disusul Prancis pada tahun 1970 dan berkembang pesat di Eropa. Perkembangan Bancassurance di Asia dimulai pada tahun 1990-an. Negara seperti Malaysia, India, Korea, Thailand dan Indonesia mengalami babak baru bancassurance pada tahun tersebut. Melalui bancassurance diharapkan jangkauan saluran pemasaran produk asuransi menjadi semakin luas dan juga memberikan kemudahan bagi para nasabah dari produk bancassurance untuk melakukan pembayaran premi asuransi melalui bank yang telah dipercaya nasabah (Tanta & Hartomo, 2021; Sobari et al., 2024).

Kinerja tenaga penjual sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan (Habibie & Yuliana, 2025; Yuliana, 2020). Keterampilan menjual (*selling skill*) merupakan hal yang krusial bagi tenaga penjual untuk mencapai hasil maksimal bagi perusahaan (Bali & Yuliana, 2024; Melani & Yuliana, 2024; Yuliana, et al., 2023). Dengan menguasai dan mengembangkan keterampilan menjual, seorang tenaga penjual dapat membantu perusahaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan keberhasilan jangka panjang perusahaan tersebut (Poetry et al., 2025; Saksono & Yuliana, 2024; Simbolon et al., 2024).

Seorang petugas pemasar yang bertugas memasarkan produk asuransi dapat menguasai skill selling atau disebut juga dengan siklus penjualan yang baik dan benar (Alfian et al., 2025; Azmi et al., 2024; Putra et al., 2025). Sangat penting untuk meningkatkan keberhasilan dalam menarik calon pembeli produk tersebut. Menguasai siklus penjualan dengan baik akan membantu seorang agen asuransi meningkatkan tingkat penjualan, membangun reputasi yang baik, dan meningkatkan kepercayaan calon pembeli terhadap produk dan perusahaan yang diwakilinya (Kurniaty et al., 2023; Sabilla & Yuliana, 2025; Salsabila et al., 2025).

Tenaga pemasar yang bekerja di Bank BCA Trunojoyo Jember memiliki tuntutan kerja yang cukup tinggi. Tenaga pemasar dituntut untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dari segi penjualan asuransi. Dalam praktiknya masih ditemukan beberapa kendala yang dialami oleh tenaga pemasar sebagai individu untuk memenuhi target penjualan perusahaan. Kendala yang sering terjadi karena kemampuan *selling skill* tiap individu berbeda-beda sehingga mempengaruhi tingkat penjualan asuransi. Oleh karena itu, penting bagi Bank BCA Trunojoyo Jember untuk memperhatikan dan mengasah kemampuan *selling skills* tenaga pemasar agar kinerja para tenaga pemasar dapat dimaksimalkan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan *selling skills* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan produk asuransi. Semakin baik kemampuan *selling skills* yang dimiliki tenaga pemasar maka semakin besar pula tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi dapat tercapai. Dari latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *selling skill* tenaga pemasar terhadap penjualan produk asuransi di Bank BCA Trunojoyo Jember.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Pemasaran**

Pemasaran merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan individu atau kelompok dengan menciptakan, menawarkan, dan melakukan pertukaran produk yang dianggap berharga dengan pihak lain (Lestari & Saifuddin, 2020). Kinerja penjualan mencakup persepsi tenaga penjualan terkait kualitas penjualan, hubungan pelanggan, serta pengetahuan produk, persaingan, dan kebutuhan pelanggan (Banerjee & Bag, 2022). Tujuan utama dari pemasaran yaitu untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen, menjaga kepuasan pelanggan yang sudah ada, dan mengatur distribusi dari produk dan jasa agar efektif dan efisien.

### ***Selling Skill***

*Selling skill* dalam bahasa Indonesia disebut sebagai keterampilan penjualan yang merupakan kemampuan untuk mempengaruhi orang lain sehingga mereka akan membeli barang atau layanan yang dipasarkan (Justiana & Yuliana, 2024; Ramadhani & Yuliana, 2023; Yuliana, Apriyana, et al., 2023). Istilah ini seringkali digunakan dalam konteks penjualan atau pemasaran, di mana tenaga pemasar atau *sales person* menggunakan berbagai teknik dan strategi untuk memiliki nilai dan manfaat yang berharga (Fatharani & Yuliana, 2024; Saputri et al., 2024; Slamet & Yuliana, 2024). Penjualan dapat dianggap baik sebagai seni maupun ilmu karena diperlukannya kemampuan artistik dan keterampilan khusus untuk membujuk

orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Firdaus et al., 2025; Tarisca et al., 2024; Yuliana, 2023). Personal selling adalah presentasi pribadi yang dilakukan oleh tenaga penjual suatu perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membina hubungan dengan pelanggan (Nurjaya et al., 2022). Tanpa adanya personal sales yang terampil dan efektif maka dapat dipastikan penjualan suatu produk tidak akan mencapai target penjualan perusahaan. Indikator personal selling dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Kemampuan Komunikasi (*Communication Ability*)**

Indikator ini dapat mencerminkan keterampilan tenaga pemasar dalam menjalin interaksi yang baik dengan konsumen, bersikap sopan, dan dapat mengontrol emosi.

**Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*)**

Indikator ini dapat mencerminkan kemampuan tenaga pemasar untuk menjelaskan atau memaparkan keunggulan dari suatu produk dan manfaat produk dengan jelas, serta menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen terkait produk yang ditawarkan.

**Kreativitas (*Creativity*)**

Indikator ini dapat mencerminkan pada kemampuan tenaga pemasar dengan cara-cara yang inovatif, menggunakan berbagai macam metode komunikasi untuk menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, dan memiliki kesabaran dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan yang bersifat deskriptif dan lokasi penelitian ini dilakukan di Bank BCA Trunojoyo Jember. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data lebih mengandalkan pada pengamatan langsung dan wawancara terhadap subjek yang sehingga peneliti dapat memahami situasi, perilaku, dan pandangan dari responden secara lebih menyeluruh dan mendalam (Athallah et al., 2025; Humaira et al., 2025; Kafiyan et al., 2025). Untuk mengetahui lebih jauh tentang pilihan responden, kuesioner digunakan dalam penelitian ini, dan wawancara dilakukan untuk memperoleh tanggapan lebih rinci (Afrianda & Yuliana, 2025; Jasmine et al., 2025; Juliani & Yuliana, 2025). Selain itu, observasi kasus dan studi pustaka yang digunakan untuk menunjang penelitian ini berupa buku, jurnal, dokumen, dan juga penelitian terdahulu yang masih relevan dengan permasalahan penelitian ini (Kamaliyah et al., 2025; Ningsih & Yuliana, 2025; Takih & Yuliana, 2025). Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025 dengan melibatkan tenaga pemasar yang sedang bertugas di Bank BCA Trunojoyo Jember.

Proses penelitian dikemukakan Fitria & Yuliana (2025); Ryan & Yuliana (2025); Utama & Yuliana, (2025) dimulai dengan pengumpulan data penelitian, yang kemudian dilengkapi melalui penggunaan referensi pendukung dan wawancara dengan responden. Purposive sampling menjadi teknik pengambilan sampel dimana pendekatan didasarkan pada karakteristik populasi yang ada, strategi yang digunakan dalam penelitian ini (Naufal & Yuliana, 2025; Priyatno & Yuliana, 2025; Zahrah & Yuliana, 2025). Teknik ini digunakan untuk memilih individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau karakteristik khusus yang dapat memberikan informasi yang mendalam dan bermakna tentang topik diteliti (Setyabudi & Yuliana, 2025; Sugiono et al., 2025; Yuliana et al., 2025). Pertanyaan terbuka diajukan kepada responden dalam bentuk wawancara.

Responden dalam penelitian ini adalah tenaga pemasar yang bekerja di Bank BCA Trunojoyo Jember. Pemilihan Responden difokuskan pada tenaga pemasar yang memiliki tugas untuk menjual produk asuransi. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data utama. Data primer diperoleh melalui wawancara yang dilakukan kepada empat tenaga pemasar di Bank BCA Trunojoyo Jember. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk menggali informasi yang berkaitan dengan *selling skills* setiap tenaga pemasar agar dapat memenuhi target penjualan asuransi di Bank BCA Trunojoyo Jember.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada tiga orang tenaga pemasar di Bank BCA Trunojoyo Jember yang masing-masing memiliki peran penting dalam proses penjualan asuransi. Responden pertama adalah Ninda, yang bekerja sebagai Bancassurance Consultant dan telah bergabung di perusahaan selama 3 tahun. Responden kedua adalah Cinthia, yang bekerja sebagai Customer Service Officer dan telah bergabung di perusahaan selama 8 tahun. Responden ketiga adalah Indri, yang bekerja sebagai Kepala bagian CSO dan telah bergabung di perusahaan selama 28 tahun. Ketiganya karyawan berada di beberapa posisi strategis dan terlibat langsung dalam proses penjualan produk asuransi serta bertanggung jawab terhadap target penjualan yang telah ditentukan oleh Bank BCA Trunojoyo Jember.

Dari hasil wawancara, Ninda mengungkapkan bahwa kemampuan *selling skills* yang dimiliki memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. Ninda menyebutkan:

*“Kalau menurut saya selling skill dalam proses penjualan asuransi adalah salah satu kemampuan penting untuk menemukan kebutuhan seseorang, menemukan solusi akan kendala financial yang sedang dihadapi dan menyesuaikan kemampuan financial dengan produk-*

*produk yang tersedia, semakin kita mengetahui kebutuhan seseorang maka semakin besar pula peluang kita untuk berhasil dalam menjual produk. Sebagai bancassurance consultant saya harus konsisten meningkatkan selling skill saya dengan refreshment produk secara rutin, mencari referensi tentang komunikasi yang baik dalam menjual produk asuransi.”*

Dari hasil wawancara, Cinthia mengungkapkan bahwa kemampuan *selling skills* yang dimiliki memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. Cinthia menyebutkan:

*“Kalau menurut saya kemampuan selling skill, juga berpengaruh saat kita memulai percakapan dengan seseorang, sebagai seorang CSO saya selalu menggali kebutuhan utama nasabah saya dan mencari tahu kemampuan finansialnya untuk dapat saya jadikan peluang sebagai landasan lanjutan kita menjelaskan produk yang akan kita tawarkan.”*

Dari hasil wawancara, Indri mengungkapkan bahwa kemampuan *selling skills* yang dimiliki memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. (Nama) menyebutkan:

*“Kalau menurut saya kemampuan selling skill sangat perlu dimiliki oleh karyawan, karena kita bertemu dengan banyak tipe nasabah, kondisi finansial yang berbeda-beda maka kita harus dapat menemukan solusi terhadap perencanaan finansial nasabah kita, khususnya juga untuk produk asuransi. Petugas pemasar harus dibekali dengan product knowledge yang baik agar selling skill nya pun lebih akurat saat proses penjualan produk dilakukan dan saya membantu Bancassurance consultant kami dengan menemukan data potensial nasabah yang akan ditawarkan produk.”*

Dari pengakuan ketiga responden, dapat terlihat bahwa kemampuan *selling skills* yang dimiliki tiap-tiap individu memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keberhasilan penjualan produk asuransi. Hal ini selaras dengan latar belakang penelitian, bahwa kemampuan *selling skills* tenaga pemasar menjadi faktor yang menentukan tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. Responden memaparkan bahwa kemampuan *selling skills* juga dapat diasah melalui pengalaman selama mereka bekerja. Hasil penelitian memperkuat konsep bahwa kemampuan *selling skill* tiap-tiap individu tenaga pemasar mampu meningkatkan tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. Meski begitu, mereka juga mengharapkan adanya pelatihan khusus yang dilakukan secara berkala oleh Bank BCA Trunojoyo untuk meningkatkan kemampuan *selling skills* tenaga pemasar, sehingga dapat meningkatkan kemampuan mereka dan meningkatkan keberhasilan penjualan produk asuransi.

Dalam pendekatan kualitatif, hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan *selling skills* tenaga pemasar terhadap tingkat penjualan produk asuransi memiliki nilai subjektif yang

tinggi. Artinya, setiap tenaga pemasar diharuskan memiliki kemampuan *selling skills* yang baik yang dapat didapatkan melalui pengalaman kerja maupun pelatihan yang dilakukan oleh Bank BCA Trunojoyo Jember. Penelitian ini dapat memperlihatkan bahwa kegiatan penjualan produk asuransi di Bank BCA Trunojoyo Jember dapat ditingkatkan dengan kemampuan yang dimiliki oleh tenaga pemasar. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan peningkatan kemampuan *selling skills* tenaga pemasar dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang dapat dilakukan secara berkala.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan *selling skills* dapat meningkatkan keberhasilan penjualan produk asuransi. Kemampuan *selling skills* tiap individu tenaga pemasar dapat diperoleh melalui pengalaman kerja dan pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga mampu untuk meningkatkan tingkat keberhasilan penjualan produk asuransi. industri perbankan, kemampuan individu berperan sebagai strategi yang sangat penting dalam manajemen sumber daya manusia. Persepsi subjektif dari masing-masing tenaga pemasar memegang peranan penting dalam meningkatkan keberhasilan penjualan produk sehingga dapat memenuhi target dan tujuan perusahaan.

Dengan menerapkan pengembangan kemampuan *selling skills* yang baik bagi para tenaga pemasar, diharapkan Bank BCA Trunojoyo Jember dapat meningkatkan kualitas tenaga pemasar secara berkala melalui pelatihan agar dapat memenuhi tujuan perusahaan dan mampu mempertahankan daya saing dibidang perbankan terutama penjualan produk asuransi. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena fokus pada variabel *selling skills* tenaga pemasar. Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel motivasi dengan penelitian serupa.

## DAFTAR REFERENSI

- Afrianda, R. E., & Yuliana, L. (2025). Evaluation Situation Source Power Humans Understand Powers And Challenges. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Alfian, R., Nugroho, W. F., & Yuliana, L. (2024). Analysis of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Reputation on Purchase Decisions. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 63-74.
- Alfian, R., Yuliana, L., Perkasa, D. H., & Putra, M. F. R. (2025). Hyper-Personalization For Customer Innovativeness, Customer Involvement and Adoption Intention. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v9i1.22881>

- Ambiyah, D., Putri, M. I., & Yuliana, L. (2024). Analisis Reputasi Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek iPhone. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1723-1737.
- Astri, A. K., Masyuhur, A. K., & Yuliana, L. (2024). Analisis Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Somethinc. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1710-1722.
- Athaullah, F. A., Yuliana, L., Kurniawan, A. A., Muftikhali, Q. E., Pranata, D., Manalu, C. F. D., Maulana, F. M., Novyta, N., Masnia, M., Putra, M. F. R., & Alfian, R. (2025). IMPLEMENTASI DESIGN THINKING DALAM PENGEMBANGAN SISTEM E-KOPERASI DI SMK KOSGORO BOGOR. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.68>
- Azmi, N., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM FASHION DAN AKSESORIS WANITA. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.36728/scsej.v2i2.38>
- Bali, K., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Periodisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil. *MASMAN Master Manajemen*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i4.569>
- Banerjee, B., & Bag, S. (2022). Relationship between creativity, adaptive selling, and sales performance: The moderating role of job satisfaction. *Asian Academy of Management Journal*, 27(2), 83-105.
- Ega, T. N., Febrian, W. D., & Yuliana, L. (2025). Implementation of Off The Job Training in Asisi Senior High School Environment. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Fadzillah, M. R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2025). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Sekolah Dasar (SD) Plus Al Huda. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Fatharani, N. A., & Yuliana, L. (2024). ANALISIS STRATEGI MARKETING 4C PADA BOGOR PERMAI BAKERY. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1.471>
- Firdaus, A. Y. A., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2025). The Influence of Brand Awareness on Purchasing Decisions of NU Berkah Drinking Water Products. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Fitria, R., & Yuliana, L. (2025). Analisis Lingkungan Kerja terhadap Turnover Intentions pada Karyawan PT. Spesial Gold. *MASMAN Master Manajemen*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.808>
- Habibie, A., & Yuliana, L. (2025). PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM HAWARY KOST. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.78>
- Humaira, A., Yuliana, L., Putri, A. N., Muftikhali, Q. E., Suhisman, N. C., Delia, R. D. I., Clara, V., Novyta, N., Putra, M. F. R., & Alfian, R. (2025). SOSIALISASI

PENGGUNAAN WADAH SEKALI PAKAI DENGAN MATERIAL ALAMI.  
*SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.67>

Jasmine, C. P. A., Yuliana, L., Amanta, N. A.-Z., Muftikhali, Q. E., Luthfiah, L., Rahmatika, A., Yosya, S. B., & Novyta, N. (2025). INOVASI CASING SMARTPHONE DENGAN TEKNOLOGI NFC. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.64>

Juliani, S., & Yuliana, L. (2025). Analysis Of Job Training Case Study Of Gibbs Technology Company. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.

Justiana, S., & Yuliana, L. (2024). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK MOTHER OF PEARL. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v17i1.447>

Kafiyah, V. S., Yuliana, L., Sena, A. N., Muftikhali, Q. E., Sabani, Q. R., Ardani, R. A., Willyansyah, W., & Novyta, N. (2025). INOVASI TONG SAMPAH ESTETIK DALAM UPAYA MENDUKUNG SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.65>

Kamaliyah, L. R., Yuliana, L., Sativa, S. O., Muftikhali, Q. E., Rahmi, R. N., Khoirudzaki, S., Safira, E., Masnia, M., Novyta, N., & Rizky, M. (2025). Pemanfaatan Limbah Plastik Berbasis Eco-Brick Di Lingkungan SD Negeri 01 Menteng. *Jurnal Pengabdian Cendekia*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.71417/jpc.v1i2.9>

Kurniaty, D., Subagio, A., Yuliana, L., Ridwan, S., & Fairuz, H. (2023, September). Factors influencing the young entrepreneurs to implement green entrepreneurship. In *20th International Symposium on Management (INSYMA 2023)* (pp. 526-534). Atlantis Press.

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

Melani, E., & Yuliana, L. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Sandal Era Digital: Studi Kasus Juan Jaya Sandals. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i4.3417>

Naufal, M., & Yuliana, L. (2025). Peran Insentif dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Sagara Xinix Solusitama. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v3i2.2257>

Ningsih, L. W., & Yuliana, L. (2025). Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan APBDes 2024 di Desa Sowanlor, Jepara. *MASMAN Master Manajemen*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.818>

Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.107>

- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi: Studi Pada UMKM Di Kabupaten Kudus. *Multidisipliner Knowledge*, 2(1), Article 1. <https://e-journal.stai-almaliki.ac.id/index.php/mk/article/view/129>
- Oktavia, M. P., Febrian, W. D., & Yuliana, L. (2025). Implementation of Off The Job and On The Job Training in Human Resource Planning and Development. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Parashakti, R. D., Febrian, W. D., Tarmizi, A., Satria, E., Perkasa, D. H., & Yuliana, L. (2024). The Role of Green Human Resource Management: Analysis of Organizational Culture, Innovation and Leadership. *Dinasti International Journal of Education Management & Social Science*, 6(1)
- Poetry, K., Ardiani, N. R., & Yuliana, L. (2025). Brand Credibility and Brand Reputation on Brand Performance. *Journal of Applied Business Administration*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.30871/jaba.9078>
- Priyatno, M. K., & Yuliana, L. (2025). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Computec International Bogor. *Epsilon : Journal of Management (EJoM)*, 3(1), Article 1.
- Putra, M. F. R., Yuliana, L., Perkasa, D. H., & Alfian, R. (2025). MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS UMKM DENGAN MANAJEMEN SOSIAL MEDIA. *SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.36728/scsej.v3i1.56>
- Ramadhani, S., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Mercedes-Benz EQS. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3614>
- Ramadhanu, N. A., & Yuliana, L. (2025). Implementasi Pelayanan Digital Smart Branch pada Bank Mandiri Wahid Hasyim Kota Malang dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Nasabah. *Epsilon : Journal of Management (EJoM)*, 3(1), Article 1.
- Ryan, L. A., & Yuliana, L. (2025). Efektivitas Strategi Pengadaan Barang Impor dalam Industri Energi. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i4.377>
- Sabilla, E. F. N., & Yuliana, L. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Reputation terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Wardah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 7(1), 29–43. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v7i1.1002>
- Saksono, A. S., & Yuliana, L. (2024). An analysis of the Bango Soy Sauce Brand's Reputation and Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), Article 01.
- Salsabila, R. Z., Yuliana, L., & Diandra, D. (2025). Pengaruh Brand Familiarity Dan Perceived Quality Terhadap Brand Credibility (Studi Kasus Merek Skintific). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v7i1.1003>
- Saputri, R. Z., Putra, M. F. R., & Yuliana, L. (2024). Analysis of Brand Credibility and Brand Reputation on Brand Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), Article 01.

- Serick, S. O., Purwoko, B., Derriawan, D., & Yuliana, L. (2021). PEMANFAATAN WADAH BERBAGI PENGETAHUAN DAN KUALITAS MEREK TERHADAP PERILAKU LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1420–1429. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1420-1429>
- Setyabudi, N. R., & Yuliana, L. (2025). Efektivitas Pelatihan Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Kompetensi Kerja Karyawan. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v3i3.2263>
- Simbolon, H., Pratama, R. R., & Yuliana, L. (2024). The Influence of Brand Signature and Brand Reputation on Brand Performance. *Journal of Applied Business Administration*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.30871/jaba.v8i2.8652>
- Slamet, F. A., & Yuliana, L. (2024). The Impact of Brand Hate and Negative E-WOM on Non Purchase Intention (Case Study on American Food). *Journal of Applied Business Administration*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.30871/jaba.v8i2.7721>
- Sobari, D., Perkasa, D. H., Wahdiniawati, S. A., Parashakti, R. D., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Organizational Citizenship Behavior Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2696-2707.
- Sugiono, B. P., Yuliana, L., Larasati, N., & Febrian, W. D. (2025). Predicting Impulsive Buying Influenced by Hedonic Motivation and Socialization Motivation. *Jurnal Perspektif*, 23(1), Article 1. <https://doi.org/10.31294/jp.v23i1.24879>
- Takih, T., & Yuliana, L. (2025). Implementation Of Orientation Activities For Village Heads and Staff In Bogor District. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), Article 1.
- Tanta, F. P., & Hartomo, D. D. (2021). ANALISIS EFEK BANCASSURANCE PADA EFISIENSI DAN PROFITABILITAS BANK. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 20(2), Article 2. <https://doi.org/10.20961/jbm.v20i2.54632>
- Tarisca, K., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). The Influence of Perceived Quality on Brand Credibility. *Multidisipliner Knowledge*, 2(1), Article 1.
- Utama, K. C., & Yuliana, L. (2025). Implementasi Pembaruan Sistem Inti Administrasi Perpajakan (Coretax) terhadap Efisiensi Kinerja Pegawai di Direktorat Jenderal Pajak. *MASMAN Master Manajemen*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59603/masman.v3i2.813>
- Yakup, H., & Yuliana, L. (2025). Peran Traditional Markets dan Street Food Vendor Terhadap Pariwisata Kota Bukittinggi. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v3i2.2248>
- Yuliana, L. (2020). Manajemen Rantai Pasok Produksi Rak Piring Aluminium di Depok (Studi Kasus pada PD. Sumber Jaya Aluminium). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 3(2), 97–105. <https://doi.org/10.35592/jrb.v3i2.789>
- Yuliana, L. (2023). PERAN KEY OPINION LEADER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.24123/jbt.v7i2.5686>

- Yuliana, L., Apriyana, N., Fauzan, R., Larasati, N., Alhazami, L., & Eko Bima Sutopo, I. (2023). Analisis Minat Pembelian Produk Preloved Sebagai Upaya Peduli Lingkungan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 21(1), 14–27. <https://doi.org/10.32524/jkb.v21i1.763>
- Yuliana, L., Azmy, A., Nurwardana, J. R., Perkasa, D. H., Alfian, R., Aisah, N., & Putra, M. F. R. (2025). The Impact of Work Stress and Job Burnout on Turnover Intention among Indonesia-China Integrated Industrial Employees. *Journal of Applied Business Administration*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.30871/jaba.8108>
- Yuliana, L., Setiawan, H. A., & Irawan, S. (2023). The Impact of Brand Credibility and Brand Reputation on Brand Performance: An Empirical Analysis. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 195–204. <https://doi.org/10.26905/jbm.v10i2.11743>
- Zahrah, L., & Yuliana, L. (2025). Dampak Stres Terhadap Kinerja Karyawan pada Sektor F&B dan Keuangan. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i2.803>