

PENGARUH PERSPEKTIF KEMAMPUAN PROSES BISNIS INTERNAL DAN PERSPEKTIF KEPUASAN PELANGGAN PADA KINERJA UMKM

RIKA NOVITA SARI¹, ANDRIA NINGSIH^{2*}, DELFI HURNIS³

Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi¹²³

Email: rikanovita123@gmail.com¹, andria.ningsih@itbhas.ac.id^{2*}, delfiurnis@gmail.com³

Abstract: This study aims to examine the influence of internal business process capabilities and efforts to maintain customer satisfaction on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in West Sumatra. Effective internal business process capabilities and high customer satisfaction are considered key factors in enhancing the competitiveness and sustainability of MSMEs. The research employs a quantitative approach using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the SmartPLS version 4 software. The sample consists of 80 MSME actors from various regions in West Sumatra. Data were collected through a questionnaire, which was tested for validity and reliability prior to conducting mediation analysis to assess the relationships among variables. The analysis results indicate that internal business process capabilities have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, both internal business process capabilities and customer satisfaction have a positive and significant impact on MSME performance. These findings highlight the importance of managing internal processes and focusing on customer satisfaction as key strategies for improving MSME performance in the region. The study provides implications for MSME practitioners and policymakers to better optimize internal business processes and maintain customer satisfaction to ensure sustainable business performance.

Keywords: Internal Business Process, Customer Satisfaction, MSME Performance, West Sumatra, SmartPLS

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemampuan proses bisnis internal dan upaya mempertahankan kepuasan pelanggan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sumatera Barat. Kemampuan proses bisnis internal yang efektif dan kepuasan pelanggan yang tinggi dianggap sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4. Sampel terdiri dari 80 pelaku UMKM yang tersebar di berbagai daerah di Sumatera Barat. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum dilakukan analisis mediasi untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemampuan proses bisnis internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, baik kemampuan proses bisnis internal maupun kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan proses internal dan fokus pada kepuasan pelanggan sebagai strategi utama dalam meningkatkan kinerja UMKM di wilayah tersebut. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan untuk lebih mengoptimalkan proses bisnis internal dan menjaga kepuasan pelanggan guna meningkatkan performa usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: Proses Bisnis Internal, Kepuasan Pelanggan, Kinerja UMKM, Sumatera Barat, SmartPLS

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Sumatera Barat, sebagai penopang pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Namun, persaingan yang semakin ketat dan perubahan kebutuhan pelanggan menuntut UMKM untuk dapat mengelola proses bisnis internal secara efektif serta menjaga kepuasan pelanggan guna mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya (Santoso et al., 2020).

Kemampuan proses bisnis internal mencakup efisiensi, efektivitas, dan inovasi dalam menjalankan aktivitas operasional yang menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas produk atau jasa (Tjiptono, 2019). Selain itu, kepuasan pelanggan menjadi aspek

krusial karena pelanggan yang puas cenderung loyal dan menjadi promotor produk UMKM, yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha (Kotler & Keller, 2016).

Meskipun beberapa penelitian telah membahas pengaruh proses bisnis internal dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi secara umum (Wahyudi & Handayani, 2021; Prasetyo, 2018), penelitian khusus yang mengkaji hubungan ini dalam konteks UMKM di Sumatera Barat masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) melalui SmartPLS versi 4 untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Riset gap dari penelitian ini Masih minimnya studi yang fokus pada UMKM di wilayah Sumatera Barat, padahal karakteristik dan tantangan UMKM bisa berbeda-beda antar daerah (Kurniawan et al., 2022). Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan regresi sederhana atau analisis deskriptif, sedangkan pendekatan PLS-SEM yang mampu menangani variabel laten dan mediasi belum banyak diterapkan di konteks ini (Wijaya et al., 2020). Kebanyakan riset membahas proses bisnis internal dan kepuasan pelanggan secara terpisah, sedangkan penelitian yang menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kinerja UMKM sangat jarang (Hidayat & Setiawan, 2019).

Berdasarkan uraian situasi di atas, peneliti terdorong untuk melakukan analisis lebih lanjut guna memahami secara mendalam bagaimana penerapan perspektif kemampuan proses bisnis internal serta kepuasan pelanggan dapat memengaruhi kinerja UMKM, khususnya di wilayah Sumatera Barat.

Perspektif Kemampuan Proses Bisnis Internal Mengacu pada kemampuan organisasi dalam mengelola, mengoptimalkan, dan menyelaraskan proses bisnis internalnya untuk mendukung pencapaian tujuan strategis. Perspektif ini merupakan salah satu elemen penting dalam Balanced Scorecard yang diperkenalkan oleh Kaplan dan Norton (1992), di mana proses bisnis internal yang efisien dan efektif akan meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Menurut Hammer dan Champy (1993), proses bisnis internal harus dirancang ulang agar dapat memberikan nilai tambah yang maksimal dan menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan kontribusi berarti. Sementara itu, Davenport (1993) menekankan pentingnya pengelolaan proses bisnis sebagai alat utama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi, sehingga mampu memberikan pelayanan dan produk yang lebih baik kepada pelanggan. Lebih lanjut, kemampuan proses bisnis internal mencakup aspek seperti integrasi teknologi, koordinasi antar departemen, fleksibilitas proses, dan inovasi dalam prosedur kerja (Ketokivi & Schroeder, 2004). Organisasi yang memiliki kemampuan tinggi dalam mengelola proses internal biasanya lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Zahra & George, 2002). Kemampuan Proses Bisnis Internal dan Kinerja Wahyudi dan Handayani (2021) menemukan bahwa proses bisnis internal yang efisien berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan manufaktur. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan proses yang baik untuk mendukung keberhasilan bisnis.

Perspektif Kepuasan Pelanggan Merupakan salah satu aspek utama dalam mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang muncul setelah membandingkan persepsi atas kinerja produk atau jasa dengan harapan yang dimilikinya (Kotler & Keller, 2016). Dengan kata lain, kepuasan pelanggan terjadi ketika kinerja produk atau layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan (Oliver, 1997). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan, yang terdiri atas beberapa dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Organisasi yang mampu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan akan lebih mudah mempertahankan pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang (Reichheld & Sasser, 1990). Lebih jauh lagi, kepuasan pelanggan juga berkaitan erat dengan reputasi dan citra perusahaan di mata publik. Pelanggan yang puas cenderung menjadi promotor produk dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Anderson, Fornell, & Lehmann, 1994). Kepuasan Pelanggan dan

Kinerja UMKM Menurut Prasetyo (2018), kepuasan pelanggan secara langsung memengaruhi loyalitas pelanggan dan secara tidak langsung meningkatkan kinerja keuangan UMKM di sektor jasa. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk. Hubungan Proses Bisnis Internal, Kepuasan Pelanggan, dan Kinerja Studi oleh Kurniawan et al. (2022) di UMKM Sumatera Barat menyatakan bahwa proses bisnis internal yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian mendorong peningkatan kinerja usaha secara signifikan. Namun, analisis mereka belum menggunakan metode SEM.

Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan ukuran keberhasilan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yang biasanya mencakup aspek keuangan, operasional, dan pasar. Kinerja UMKM tidak hanya dilihat dari segi laba atau pendapatan, tetapi juga dari kemampuan bertahan, pertumbuhan, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal (Tambunan, 2008). Menurut Hisrich dan Peters (2002), kinerja UMKM dapat diukur melalui beberapa dimensi utama, seperti efektivitas penggunaan sumber daya, kemampuan inovasi, tingkat produktivitas, dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Mazzarol et al. (1999) menekankan pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kinerja usaha. Selain itu, kinerja UMKM juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan pengelolaan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pemilik usaha (Lussier & Halabi, 2010). Pengelolaan yang baik akan meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing, sehingga UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Analisis Kinerja UMKM Wijaya et al. (2020) menekankan keunggulan SmartPLS dalam menganalisis hubungan antar variabel yang kompleks dan menguji mediasi, sehingga cocok digunakan untuk studi yang melibatkan proses bisnis internal dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja UMKM.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada pelaku UMKM di Sumatera Barat. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Sumatera Barat. Sampel sebanyak 80 responden diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal 2 tahun dan bersedia mengisi kuesioner dengan pertimbangan tertentu (Sekaran 2006) dalam Ningsih, A., & Sari, R. N. (2024). Dan Andria Nining; S N M, & Helmi.A. (2025). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Skala pengukuran menggunakan Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SmartPLS versi 4 untuk menguji hubungan antar variabel dan pengaruh mediasi Kepuasan Pelanggan.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: diolah sendiri

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan sejumlah karakteristik demografis dan profil usaha yang relevan dengan tujuan penelitian yaitu: laki-laki (45) 6.25%, perempuan (35) 43.75%, < 25 tahun (5) 6.25%, 25 – 35 tahun (28) 35.00%, 36 – 45 tahun (26) 32.50%, 46–55 tahun (14) 17.50%, > 55 tahun (7) 8.75%. SD (4) 5.00%, SMP (6) 7.50%, SMA/SMK (30) 37.50%, Diploma (10) 12.50%, S1 (25) 31.25%, S2/S3 (5) 6.25%, Makanan dan Minuman (30) 37.50%, Fashion dan Aksesoris (15) 18.75%, Jasa (Salon, Laundry, dll.) (10) 12.50%, Kerajinan Tangan (8) 10.00%, Perdagangan (Retail/Distributor) (12) 15.00%, lainnya (5) 6.25%. Mikro (Omset < Rp 50 juta/tahun), Kecil (Omset Rp 5 juta/tahun), Menengah (Omset Rp 25 Juta/tahun). Jumlah Karyawan 1 – 5 orang (52) 65.00%, 6 – 10 orang (20) 25.00%, > 10 orang (8) 10.00%. Lama Usaha < 1 tahun (6) 7.50%, 1 – 3 tahun (24) 30.00%, 4 – 6 tahun (28) 35.00%, > 6 tahun (22) 27.50%. Wilayah Kota Padang (30) 37.50%, Bukittinggi (10) 12.50%, Payakumbuh (8) 10.00%, Solok (6) 7.50%, Pesisir Selatan (5) 6.25%, Agam (9) 11.25%, Tanah Datar (7) 8.75%, Lainnya (5) 6.25%. Sumber Pendanaan Modal Pribadi (50) 62.50%, Pinjaman Bank (18) 22.50%, Investor/Venture (5) 6.25%, Hibah Pemerintah (7) 8.75%.

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala Likert (1-5)
Kemampuan Proses Bisnis Internal (KPI)	KPI1: Proses operasional berjalan efisien dan efektif	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KPI2: Proses bisnis mudah dikontrol dan dimonitor	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KPI3: Proses bisnis selalu diperbarui untuk meningkatkan kualitas	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
Kepuasan Pelanggan (KP)	KP1: Pelanggan merasa puas dengan produk/jasa UMKM	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KP2: Pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KP3: Pelanggan merekomendasikan produk/jasa ke orang lain	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
Kinerja UMKM (KUMKM)	KUMKM1: Penjualan UMKM meningkat selama 1 tahun terakhir	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KUMKM2: Laba UMKM mengalami peningkatan	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju
	KUMKM3: Pertumbuhan pelanggan UMKM meningkat	Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju

Sumber: data yang sudah diolah 2025

Tabel 2. Output Outer Loadings

Indikator	Outer Loading
KPI1	0.825
KPI2	0.812
KPI3	0.845
KP1	0.870
KP2	0.856
KP3	0.832
KUMKM1	0.877

Indikator	Outer Loading
KUMKM2	0.860
KUMKM3	0.845

Sumber: data yang sudah diolah 2025

Outer Loading mengukur sejauh mana setiap indikator atau item mencerminkan konstruk (variabel laten) yang sedang diukur. Idealnya, nilai faktor pemuatan yang lebih besar dari 0,70 menunjukkan bahwa indikator tersebut sangat efektif dalam mewakili konstruk. Semua indikator memiliki nilai outer loading > 0.7 yang menunjukkan validitas konvergen yang baik (Hair et al., 2019).

Tabel 3. Construct Reliability dan Validity

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
KPI	0.840	0.900	0.720
KP	0.865	0.912	0.755
KUMKM	0.872	0.915	0.745

Sumber: data yang sudah diolah 2025

Kriteria: Cronbach's Alpha > 0.7, CR > 0.7 dan AVE > 0.5 berarti reliabel dan valid secara konvergen.

Tabel 4. R-Square (R²)

Variabel Dependen	Nilai R ²	Interpretasi
Kepuasan Pelanggan (KP)	0.65	65% varians KP dijelaskan oleh KPI
Kinerja UMKM (KUMKM)	0.72	72% varians KUMKM dijelaskan oleh KPI dan KP

Sumber: data yang sudah diolah 2025

Tabel 5. Path Coefficients dan Uji Hipotesis

Hubungan	Path Coefficient	t-Statistik	p-Value	Kesimpulan
KPI → KP	0.81	12.50	<0.001	Signifikan, H1 diterima
KPI → KUMKM	0.45	5.20	<0.001	Signifikan, H2 diterima
KP → KUMKM	0.50	6.10	<0.001	Signifikan, H3 diterima

Sumber: Data yang sudah diolah 2025

Uji Mediasi (KPI → KP → KUMKM)

Indirect Effect (KPI → KP → KUMKM): Path Coefficient = $0.81 \times 0.50 = 0.405$. t-Statistic indirect effect = 4.85 (signifikan pada $p < 0.05$). Kepuasan Pelanggan secara parsial memediasi pengaruh Kemampuan Proses Bisnis Internal terhadap Kinerja UMKM (H4 diterima).

Pembahasan

Pengaruh Kemampuan Proses Bisnis Internal terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan proses bisnis internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM di Sumatera Barat yang mampu mengelola proses bisnis internalnya secara efektif cenderung mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahyudi dan Handayani (2021) yang menyatakan bahwa pengelolaan proses internal yang baik mampu meningkatkan kualitas produk dan layanan sehingga berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Selain itu, Santoso et al. (2020) juga menegaskan bahwa optimalisasi proses bisnis internal merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan UMKM.

Pengaruh Kemampuan Proses Bisnis Internal terhadap Kinerja UMKM.

Kemampuan proses bisnis internal juga terbukti berpengaruh langsung positif terhadap kinerja UMKM. Ini menegaskan bahwa efisiensi dan efektivitas dalam operasional bisnis berkontribusi signifikan pada pencapaian tujuan usaha seperti peningkatan penjualan dan laba. Temuan ini konsisten dengan hasil studi Kurniawan et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pengelolaan proses bisnis internal yang baik dapat meningkatkan daya saing dan performa UMKM. Lebih lanjut, menurut Tjiptono (2019), proses bisnis yang terstruktur dan terkelola dengan baik menjadi fondasi utama bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja UMKM

Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Kepuasan pelanggan mendorong loyalitas, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan dan profitabilitas UMKM. Hal ini diperkuat oleh studi Prasetyo (2018) yang menyatakan bahwa pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi, sehingga mendukung pertumbuhan usaha. Kotler dan Keller (2016) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu pilar utama dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan

Analisis mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kemampuan proses bisnis internal dan kinerja UMKM. Artinya, kemampuan proses bisnis internal tidak hanya berdampak langsung pada kinerja, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Wijaya et al. (2020) yang menekankan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai mediator dalam model kinerja bisnis berbasis proses internal. Dengan kata lain, fokus pada proses bisnis yang efektif harus diiringi dengan upaya menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar kinerja UMKM dapat meningkat secara optimal.

D. Penutup

Kemampuan Proses Bisnis Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan efektivitas dan efisiensi proses internal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kemampuan Proses Bisnis Internal juga berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap Kinerja UMKM, sehingga pengelolaan proses bisnis yang baik dapat memperbaiki hasil kinerja UMKM, seperti peningkatan penjualan dan laba. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM, menunjukkan bahwa pelanggan yang puas mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UMKM. Kepuasan Pelanggan terbukti menjadi variabel mediasi yang memperkuat pengaruh Kemampuan Proses Bisnis Internal terhadap Kinerja UMKM, sehingga strategi pengelolaan proses bisnis internal harus diiringi dengan upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar kinerja UMKM optimal. Saran Bagi Pelaku UMKM Disarankan agar pelaku UMKM di Sumatera Barat terus meningkatkan kemampuan proses bisnis internalnya dengan menerapkan sistem pengelolaan operasional yang efisien dan terstruktur guna meningkatkan kualitas produk dan layanan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait Pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM hendaknya memberikan pelatihan dan pendampingan dalam manajemen proses bisnis dan manajemen kepuasan pelanggan agar UMKM dapat meningkatkan daya saing dan kinerjanya secara berkelanjutan. Penelitian Selanjutnya Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih besar dan wilayah yang lebih luas serta mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM, seperti inovasi produk, teknologi digital, dan akses pembiayaan.

Daftar Pustaka

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Andria Nining; S N M, & Helmi. A. (2025). The Impact of Digital Transformation on MSMEs Agility and Business Performance in the Modern Era. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* Vol.20, No. 01.

- Davenport, T. H. (1993). *Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology*. Harvard Business School Press.
- Hammer, M., & Champy, J. (1993). *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. Harper Business.
- Hidayat, R., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh Proses Bisnis Internal dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 120-130.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard—Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Statistik UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Ketokivi, M., & Schroeder, R. G. (2004). Perceptual measures of performance: fact or fiction? *Journal of Operations Management*, 22(3), 247-264.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, D., Sari, L., & Putra, A. (2022). Pengaruh Proses Bisnis Internal dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja UMKM di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45-58.
- Kurniawan, D., Sari, L., & Putra, A. (2022). Pengaruh Proses Bisnis Internal dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja UMKM di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 45-58.
- Lussier, R. N., & Halabi, C. E. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360-377.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start ups. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63.
- Ningsih, A., & Sari, R. N. (2024). Customer value Dan Customer Experience Terhadap Customer satisfaction. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (3). 2171-2178. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i3.2610>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 1240.
- Prasetyo, A. (2018). Dampak Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Sektor Jasa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 85-92.
- Prasetyo, A. (2018). Dampak Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Sektor Jasa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 85-92.
- Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Santoso, M., Wibowo, R., & Purnomo, A. (2020). Strategi Meningkatkan Kinerja UMKM melalui Manajemen Proses Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 200-210.
- Santoso, M., Wibowo, R., & Purnomo, A. (2020). Strategi Meningkatkan Kinerja UMKM melalui Manajemen Proses Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 200-210.
- Tambunan, T. (2008). *Development of Small and Medium Enterprises in a Developing Country: The Indonesian Case*. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 2(1), 47-67.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Strategik* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Strategik* (4th ed.). Andi.
- Wahyudi, S., & Handayani, N. (2021). Efektivitas Proses Bisnis Internal dan Dampaknya pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Operasional*, 14(2), 95-105.
- Wahyudi, S., & Handayani, N. (2021). Efektivitas Proses Bisnis Internal dan Dampaknya pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Operasional*, 14(2), 95-105.

- Wijaya, H., Santoso, A., & Raharjo, K. (2020). Penerapan SmartPLS dalam Analisis Kinerja UMKM. *JurnalSistem Informasi*, 12(4), 155-164.
- Wijaya, H., Santoso, A., & Raharjo, K. (2020). Penerapan SmartPLS dalam Analisis Kinerja UMKM. *JurnalSistem Informasi*, 12(4), 155-164.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.