

PAPER NAME

Jurnal Agus Tri Wahyudi 222222222.pdf

AUTHOR

AGUS TRI WAHYUDI

WORD COUNT

5111 Words

CHARACTER COUNT

32117 Characters

PAGE COUNT

15 Pages

FILE SIZE

249.3KB

SUBMISSION DATE

Sep 23, 2023 12:17 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 23, 2023 12:18 AM GMT+7**● 25% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- Crossref database

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Crossref Posted Content database
- Publications database
- Manually excluded sources

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA CAFE ALL IN ONE DI PANARUKAN**

Agus Tri Wahyudi
201913063@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

Yudha Praja
yudha_praja@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

Edy Kusnady Hamdun
edyk1134@gmail.com
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

ABSTRACT

In the era of globalization, business development is now increasing rapidly, one of which is the cafe business. The cafe business in Indonesia becomes one of the most promising businesses that is able to attract people's attention along with people's lifestyles, especially among teenagers and adults. This research aimed to find out the influence of word of mouth and service quality on repurchase intention through consumer satisfaction as an intervening variable at All In One cafe in Panarukan District. The population in this study was all consumers of All In One cafe. The sampling method used simple random sampling with a total of 98 consumers as respondents. The data analysis method applied Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results of direct effect hypothesis test using Smart PLS 3.0 application indicated that word of mouth has a significant positive effect on consumer satisfaction, service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, word of mouth has a significant positive effect on repurchase intention, service quality has a positive but not significant effect on repurchase intention, consumer satisfaction has a positive but not significant effect on repurchase intention. The results of indirect effect hypothesis test showed that word of mouth does not significantly influence repurchase intention through consumer satisfaction, service quality does not significantly influence repurchase intention through consumer satisfaction.

Keywords: *Word of Mouth, Service Quality, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention*

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi perkembangan usaha saat ini semakin pesat salah satunya yaitu usaha cafe. Usaha cafe di Indonesia menjadi salah satu usaha yang cukup menjanjikan dan mampu menarik perhatian masyarakat seiring dengan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan remaja dan dewasa. Cafe pada umumnya merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang

dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi para konsumen secara menyeluruh dan ramah. Selain untuk tempat bersantai, cafe juga dapat memberikan manfaat bagi para pengunjung sebagai tempat untuk menghilangkan kejenuhan dan kelelahan yang dialami konsumen. Banyaknya persaingan yang terjadi pada usaha cafe membuat para pemilik usaha harus berfikir secara kreatif untuk menarik minat para konsumen dan dapat

menimbulkan kepuasan pada konsumen. Ketika perusahaan mampu meningkatkan kualitas layanan produk maka akan membuat konsumen cenderung untuk membeli kembali produk tersebut. Terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi maka mendorong terciptanya minat beli ulang kepada konsumen yang merasa puas.

Joesyiana (2018:73) mendefinisikan *Word of Mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa”.

Menurut Tjiptono (2014:268) mendefinisikan kualitas pelayanan “Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Tjiptono (2011:146) mengatakan bahwa “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.” evaluasi yang dilakukan atau dirasakan oleh pelanggan ketika konsumen tersebut menggunakan suatu produk yang mana kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen terpenuhi atau bisa juga bahwa hal tersebut tidak terpenuhi saat konsumen menggunakan produk tersebut.

Peter dan Olson (2014:289) mengemukakan bahwa “Minat beli

ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali, kepuasan yang diperoleh seorang konsumen, dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian ulang, menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain.”

Cafe All In One merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pemasaran cafe ini berdiri sejak tahun 2020 yang dimiliki oleh Bapak Mujib yang menyediakan beberapa fasilitas seperti lapangan bola voli, tempat karaoke, serta wifi gratis dan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. *Cafe All In One* buka setiap hari mulai pukul 09.00 hingga 23.00 WIB. Jam-jam paling ramai adalah saat jam malam. Banyak anak muda yang nongkrong disana, jadi jika anda ingin makan ataupun ngopi dalam kondisi tenang, hindari jam-jam tersebut. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa *Cafe All In One* tidak konsisten dalam menyediakan berbagai ragam menu minuman terutama sinom dan beras kencur yang sering kosong. Berdasarkan wawancara dengan konsumen mengatakan pada saat tahun pertama buka *Cafe All In One* menyediakan berbagai macam menu makanan ataupun minuman tapi sekarang *Cafe All In One* cuma menyediakan menu makanan atau minuman yang sering kosong apabila konsumen memesan terutama pemesanan sinom dan beras kencur. Ketidak konsistennya *Cafe All In One* inilah yang membawa dampak kepuasan konsumen dan minat beli

ulang konsumen kepada Cafe *All In One* menjadi menurun. Hal tersebut juga mempengaruhi *Word of Mouth* yang dilakukan konsumen terjadi pada saat setelah berkunjung dan menceritakan pengalamannya pada orang lain.

2. KERANGKA TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Tjiptono (2016:63) mengemukakan bahwa “Manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran”. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan manajemen pemasaran suatu kegiatan yang mempersiapkan rencana perusahaan dalam menentukan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Word of Mouth

Word of Mouth menjadi salah satu strategi pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut yang bersifat gratis untuk suatu merek yang dilakukan secara sadar atau tidak sadar oleh para pelanggan tetapnya. Pemasaran kata dari mulut dipengaruhi atau didorong secara aktif oleh pihak-pihak yang berkepentingan seperti bisnis, perusahaan atau merek yang menggunakan strategi pemasaran ini, diantaranya dengan memberikan penghargaan kepada konsumen untuk terlibat, memberikan layanan pelanggan yang baik dan memberikan

informasi eksklusif kepada konsumen. Lupiyoadi (2009:238) mengemukakan bahwa “*Word of Mouth* adalah suatu bentuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang kebaikan dalam suatu produk”.

Sernovitz (2009:17) mengajukan 5 elemen dasar (5T) dalam merumuskan *Word of Mouth Marketing* sehingga dapat menyebar, yaitu :

1) *Talkers* (Pembicara)

Ini adalah kumpulan target di mana mereka yang akan membicarakan suatu merek. biasa disebut juga sebagai influencer. *Talkers* ini bisa siapa saja mulai dari teman, tetangga, keluarga, dll.

2) *Topics* (Topik)

Ini berkaitan dengan apa yang akan dibicarakan oleh talker. Topik ini berhubungan dengan sesuatu yang di"tawarkan" oleh suatu merek. Seperti tawaran spesial, nama yang lucu, diskon, produk baru, atau pelayanan yang memuaskan, dll. Topik yang baik ialah topik yang simpel, mudah dibawa (*portable*), dan natural.

3) *Tools* (Alat)

Alat penyebaran dari topik oleh *talkers*. Topik yang telah ada juga membutuhkan suatu alat yang membantu agar topik atau pesan dapat berjalan, alat ini alat yang bisa membuat orang mudah membicarakan atau menularkan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. Bisa dengan sebuah sampel, kupon, brosur, atau internet.

4) *Taking Part* (Partisipasi)

Suatu pembicaraan akan hilang jika hanya satu orang yang berbicara tentang produk. Maka perlu adanya

orang lainnya yang ikut serta dalam percakapan. Seperti partisipasi dari pihak perusahaan atau siapapun yang terlibat di dalam medium dan ikut didalam percakapan membantu merespon mengenai produk/jasa dari calon konsumen sehingga arah *word of mouth* marketing dapat berkembang berkembang sesuai dengan sasaran.

5) *Tracking* (pengawasan)

Tracking ialah suatu tindakan perusahaan untuk menyediakan alat guna mengawasi/memantau serta merespon apa yang konsumen katakan. Agar pihak perusahaan dapat memahami serta mempelajari apa yang menjadi masukan positif atau negatif konsumen, sehingga dengan begitu perusahaan dapat belajar dari masukan tersebut untuk kemajuan perusahaan yang lebih baik.

Kualitas pelayanan

Daryanto (2014:135) menyatakan bahwa "Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat di raba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan".

Terdapat beberapa indikator dalam kualitas pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) indikator kualitas

pelayanan terbagi menjadi 5 (lima) diantaranya sebagai berikut :

a) Berwujud (*Tangibles*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

b) Keandalan (*Realibility*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yaitu ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi tinggi.

c) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan *responsif* atau cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d) Jaminan Dan Kepastian (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopansantunann, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi(*communication*), kredibilitas(*credibility*), keamanan(*security*), kompetensi(*competence*), dan sopansantun(*courtesy*).

e) Empati (*Emphaty*)

Kemampuan untuk membayangkan apayang mungkin dirasakan atau dipikirkan oleh oranglain dan juga kemampuan untuk merasakan kemampuan oranglain

Kepuasan Konsumen

Sangadji dan Sopiah (2013:182) mengemukakan bahwa “Kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan”. Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan kecewa atau senang konsumen yang muncul setelah mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen tersebut.

Indikator kepuasan konsumen, menurut Indrasari (2019:92) dibagi menjadi tiga (3) yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
Kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali
Kepuasan konsumen diukur dengan menanyakan apakah konsumen ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan
Kepuasan konsumen diukur dengan menanyakan apakah konsumenakanmerekomendasikan

produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Minat Beli Ulang

Kotler dan Keller dalam Juniawati (2015:141) mengemukakan bahwa “Tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut”. Kemungkinan konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang atas produk yang telah didapatkan berdasarkan pengalaman masa lalu.

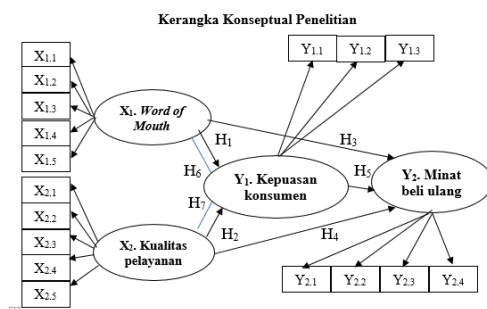
Menurut Ferdinan dalam Ramadhan dan Santosa (2017:6), terdapat empat (4) indikator minat beli ulang yaitu:

- a) Minat transaksional,
Yaitu kecenderungan konsumen untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.
- b) Minat referensial,
Yaitu kecenderungan seseorang mereferensikan produk pada orang lain.
- c) Minat preferensial,
Yaitu perilaku konsumen yang menjadikan produk yang telah dikonsumsinya sebagai pilihan utama.
- d) Minat eksploratif,
Yaitu keinginan konsumen untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gagasan terhadap suatu hubungan antar konsep satu dengan konsep yang lainnya untuk dapat memberikan gambaran dan mengarahkan dugaan terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti. Dalam melakukan penelitian diperlukan langkah-langkah yang baik dan sistematis untuk menyusun data penelitian yang diperlukan tersebut. Penelitian ini menggunakan *Word of Mouth* Dan Kualitas pelayanan Sebagai variabel bebas, lalu Kepuasan konsumen Sebagai variabel intervening, serta Minat beli ulang sebagai variabel terikat.

Berikut ini digambarkan kerangka konseptual dari penelitian ini pada gambar berikut:



Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2017:99) mengemukakan “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”. Berdasarkan kerangka konseptual penelitian tersebut dapat disusun :

- H_1 : *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H_2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H_3 : *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang
- H_4 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang
- H_5 : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang
- H_6 : *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen
- H_7 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. “Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistic sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan”(Sugiyono 2018:13).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Cafe *All In One* yang berlokasi di Panarukan tepatnya depan Masjid Jamik Panarukan. Waktu yang dibutuhkan penelitian ini kurang lebih tiga bulan yaitu dari bulan Maret hingga Mei 2023

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) mengatakan bahwa ⁴Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Setelah melakukan sesi wawancara dengan pemilik cafe diketahui konsumen yang melakukan yang datang sebanyak 60 konsumen x 92 hari = 5.520 konsumen yang datang pada Cafe *All In One* jadi populasi kesulurahan yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 5.520 konsumen.

Peneliti tidak akan menggunakan keseluruhan populasi untuk dijadikan sampel. Peneliti menggunakan random sampling untuk memperkecil jumlah populasi yang akan dijadikan sampel. Sugiyono ⁷(2017:82) menyatakan bahwa Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”. Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 5.520 pengambilan sampel ini digunakan taraf 10% berdasarkan pada perhitungan slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

²³ n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : toleransi kesalahan sebesar 10%

Maka perhitungannya :

$$n = \frac{5520}{1 + 5520(10\%)^2}$$

$$n = \frac{5520}{1 + 5520(0,01)}$$

$$n = \frac{5520}{1 + 55,2}$$

$$n = \frac{5520}{56,2}$$

$$n = 98,22$$

Jadi ²⁹populasi yang dapat dijadikan sampel pada penelitian ini sebanyak 98 responden.

⁵⁵Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, kuesioner dan dokumentasi. Morissan ⁴³(2017:143) menyatakan bahwa Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya”. Proses observasi dilakukan peneliti pada Cafe *All In One* di Panarukan. Wawancara adalah ¹⁰percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan para pelanggan atau

konsumen pada Cafe *All In One* untuk mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan. Menurut Nazir (2013:93) “Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan analisis terhadap buku, literatur, catatan, dan laporan yang saling berkaitan setelah menyelesaikan masalah”. Teknik ini digunakan untuk mencari penelitian terdahulu yang berkaitan dan literatur yang berhubungan terhadap fenomena yang terjadi pada Cafe *All In One* di Panarukan. Sugiyono (2017:142) menyatakan bahwa Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Data yang ingin diperoleh dalam penelitian ini dengan cara memberikan angket kepada para konsumen Cafe *All In One* dengan pemberian nilai skala likert. Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang dimaksud adalah foto saat melakukan penelitian pada Cafe *All In One* di Panarukan

Metode Analisa Data

Uji hipotesis penelitian persamaan struktural dianalisis melalui program Smart PLS 3.0 bertujuan guna mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menguji

menggunakan analisis *bootstrapping* sehingga diperoleh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh secara langsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Subjek yang menjadi responden pada penelitian ini adalah para konsumen Cafe *All In One* sejumlah 98 orang. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin antara lain: Laki-laki berjumlah 61 konsumen dan perempuan berjumlah 37 konsumen

Uji Validitas Konvergen

Convergent validity mengukur apakah seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan mendasari variabel laten. *Convergent validity* didapatkan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE) dan nilai *outer loading* dari setiap indikator. Berdasarkan data menunjukkan bahwa nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator yaitu lebih dari 0,7, dengan demikian dapat dinyatakan valid (angka berwarna hijau). Namun apabila angka *outer loading* berada dibawah 0,7 maka dinyatakan instrumen penelitian tidak valid (angka berwarna merah).

Uji Validitas Konvergen (AVE)

Uji validitas Konvergen dapat juga dilakukan melihat pada output *Construct Reliability and Validity* yaitu dengan memperhatikan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Berdasarkan

hasil analisis menunjukkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0,7 (angka berwarna hijau) maka dapat diartikan bahwa instrumen yang digunakan didalam penelitian yaitu "Valid".

Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian in dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,70 dan indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel bila mencapai *composite reliability* di atas 0,70. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,70, dengan demikian instrumen yang digunakan disebut reliabel.

Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Collinarity Statistics* (VIF) pada "Inner VIF Values" pada hasil analisis aplikasi *partial least square* Smart PLS 3.0. Pada aplikasi Smart PLS 3.0 dikatakan tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik "Multikolinieritas" apabila nilai VIF (*Variances Inflation Factor*) $< 5,00$, namun apabila nilai VIF $> 5,00$ maka melanggar asumsi klasik Multikolinieritas atau variabel bebas saling mempengaruhi (angka berwarna merah).

Normalitas

Dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas apabila nilai *Excess Kurtosis* dan *Skewness* berada dalam rentang -2,58 hingga 2,58.

Berdasarkan data maka dapat diartikan bahwa sebaran data seluruh indicator tersebut berdistribusi normal.

Uji Goodness of Fit (GOF)

Uji GOF (*Goodness of Fit*) pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah distribusi data dari sampel mengikuti sebuah distribusi teoritis tertentu ataukah tidak. Pada uji smart PLS 3.0, uji ini menggunakan tiga ukuran fit model yaitu SRMR¹, d-ULS, d_G, dan Chi-Square² dan NFI³) (*Normed Fit Index*). Model penelitian dikatakan *fit* artinya konsep model struktural yang dibangun di dalam penelitian telah sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan, sehingga hasil penelitian bisa diterima baik dari segi teoritis maupun praktis.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji *R Square* pada analisis PLS dapat diartikan bahwa:

1. Variabel *Word of Mouth* (X₁) dan Kualitas pelayanan (X₂) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y₁) sebesar 0.569 (56%), sedangkan sisanya 44% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.
2. Variabel *Word of Mouth* (X₁) dan Kualitas pelayanan (X₂) mempengaruhi Minat beli ulang (Y₂) sebesar 0.518 (51%), sedangkan sisanya 49% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Analisis Persamaan Struktural (Inner Model)

Persamaan struktural (inner model)

Hasil uji statistik selanjutnya dapat dijabarkan ke dalam persamaan linier *inner model* sebagai berikut :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots\dots\dots(1)$$

$$= 0.352X_1 + 0.460X_2 + e$$

$$Y_1 = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + e \dots\dots\dots(2)$$

$$= 0.336X_1 + 0.249X_2 + e$$

$$Y_2 = \beta_5 Y_1 + e \dots\dots\dots(3)$$

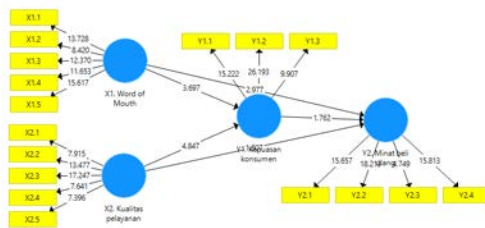
$$= 0.217Y_1$$

Persamaan struktural (inner model) dengan variabel intervening

Hasil persamaan struktural dengan menggunakan variabel intervening sebagai berikut:

$$Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_5 Y_1 + e \dots\dots(4)$$

$$= 0.352X_1 + 0.460X_2 + 0.217Y_1 + e$$



Pembahasan

1. Pengaruh Word of Mouth terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen dengan nilai *original sample* yaitu positif (0.35) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,00 (<0,05). Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan **H₁ diterima**, maka jika *Word of Mouth* meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya

jika *Word of Mouth* menurun maka Kepuasan konsumen juga akan menurun. *Word of Mouth* yang dilakukan merupakan kegiatan promosi suatu perusahaan, hal ini menjadi bagian pertimbangan konsumen dalam usahanya untuk memilih suatu produk. Dalam melakukan penilaian atas alternatif-alternatif keputusan pembelian konsumen, konsumen akan memilih produk dengan *Word of Mouth* yang paling menarik. *Word of Mouth* yang terdapat pada suatu produk bertujuan untuk menginformasikan pesan, ide dari seseorang kepada orang lain agar diantara mereka terdapat interaksi. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Yunita Rosma Diana (2022)

2. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,46) dengan nilai *P Value* yaitu 0,00 (<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y₁), dengan demikian **Hipotesis ke 2 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa jika Kualitas pelayanan meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen juga akan menurun. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayananyang berkualitas berperan sangat penting dalam membangun kepuasan konsumen, selain itu juga eratkaitannya dalam menciptakan laba bagi

perusahaan. Semakin berkualitasnya pelayanan yang diberikan perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Untuk penelitian ini sendiri mempunyai dimensi yaitu terdiri dari berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati semua merujuk pada tingkat kepuasan konsumen. Ketika konsumen telah merasa maka akan terjalin hubungan harmonis antara perusahaan dengan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Fera Feriska (2022).

3. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat beli ulang

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu hasilnya positif (0.33) dengan nilai *P Value* sebesar 0,00 (<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Minat beli ulang (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 3 diterima**. maka jika *Word of Mouth* meningkat maka Minat beli ulang akan meningkat, begitupun sebaliknya jika *Word of Mouth* menurun maka Minat beli ulang juga akan menurun. Berdasarkan pengujian maka meningkatnya *Word of Mouth* mempengaruhi kenaikan Minat beli ulang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen akan tercipta dengan adanya *Word of Mouth* baik yang berasal dari keluarga, teman dekat, dan *partner*. Dengan adanya *Word of*

Mouth dari *reference group* dan *opinion leader* seseorang akan ingin mengetahui lebih lanjut tentang *Cafe All In One* dengan mencari informasi yang lebih banyak tentang *Cafe All In One*, tertarik untuk mencoba, mempertimbangkan untuk membeli dan akhirnya akan muncul keinginan untuk berkunjung ke *Cafe All In One*. Atau dengan kata lain dalam menciptakan minat beli konsumen diperlukan orang lain yang berada disekitarnya guna menjadi pendorong terciptanya minat seseorang untuk membeli. Hal tersebut memperkuat fenomena bahwa *Word of Mouth* diyakini bisa mendorong minat beli konsumen, bisa mempengaruhi komunitas, efisien karena tidak memerlukan *budged* yang besar (*low cost*), bisa menciptakan *image* positif bagi produk dan bisa menyentuh emosi konsumen. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu oleh Jalilvand dan Samiei (2012).

4. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Minat beli ulang

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0.24) dengan nilai *P Value* yaitu 0.07 (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 4 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan H_4 menyatakan bahwa peningkatan Kualitas pelayanan juga akan meningkatkan Minat beli ulang, begitupun sebaliknya jika Kualitas pelayanan menurun maka Minat beli ulang juga akan menurun. Berdasarkan pembahasan di atas memperlihatkan bahwa kualitas layanan dapat menimbulkan rasa minat beli ulang.

Artinya, jika pembelian sebelumnya dapat memenuhi kualitas layanan maka konsumen akan berminat untuk membeli ulang produk yang ada di Cafe *All In One* lagi. Sebaliknya, jika tingkat kualitas layanan tidak terpenuhi, maka minat beli ulang di Cafe *All In One* akan menurun. Serta hubungan kepuasan konsumen dan minat beli ulang memiliki pengaruh langsung dengan indikator paling berpengaruh yaitu Ketanggapan atau *responsiveness*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Nurhayati dan Nurhalimah (2019) dalam Faradisa (2016)

5. Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Minat beli ulang

Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0.21) dengan nilai *P Value* yaitu 0.07 (>0.05), maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 5 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan H_5 menyatakan bahwa peningkatan Kepuasan konsumen juga akan mendorong peningkatan Minat beli ulang, begitupun sebaliknya jika Kepuasan konsumen menurun maka Minat beli ulang juga akan menurun. Kepuasan memang merupakan faktor utama pembentuk minat beli ulang karena dengan adanya rasa puas yang timbul dalam diri konsumen maka hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli ulang.

Kepuasan konsumen perlu menjadi tujuan utama dari perusahaan. Jika produk atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak memenuhi harapan, maka konsumen tidak akan puas. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Diana Alfaini (2022)

6. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0.07) dengan nilai *P Value* yaitu 0.10 (>0.05), maka dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* (X_1) terhadap Minat beli ulang (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan, dengan demikian **Hipotesis ke 6 ditolak**. Kesimpulannya variabel kepuasan bias menjadi variabel mediasi antara *Word of Mouth* terhadap Minat beli ulang. Penelitian ini berhasil memperlihatkan hipotesis keenam yang memberitahukan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh terhadap minat beli ulang yang di mediasi Kepuasan konsumen pada Cafe *All In One*. Artinya untuk menimbulkan Minat beli ulang suatu produk konsumen harus merasa puas terlebih dahulu yang disebabkan oleh *Word of Mouth* yang sudah sesuai keinginan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Sugiyanto (2021)

7. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0.10) dengan nilai *P Value* yaitu 0.10 (>0.05), maka dapat disimpulkan

bahwa Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Minat beli ulang (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan, dengan demikian **Hipotesis ke 7 ditolak**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan Kepuasan konsumen atau dengan kata lain apabila Cafe *All In One* semakin memperlihatkan Kualitas pelayanan pada usaha yang mereka jalankan maka konsumen akan semakin meningkat kepuasannya yang akhirnya menimbulkan minat beli ulang dari konsumen. Apabila kinerja dari pelayanan kepada konsumen itu baik dan sesuai harapan konsumen, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Maka dari itu, Cafe *All In One* harus memberikan Kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan konsumen. Jika Cafe *All In One* dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik tentunya dapat dimungkinkan konsumen Cafe *All In One* merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen mampu meningkatkan jumlah kunjungan atau dengan kata lain muncul daya minat beli ulang pada Cafe *All In One*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Fahtira Virdha Noor (2020), dan Cici Ayu Tania (2022).

3. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berlandaskan analisis serta pembahasan yang peneliti lakukan sebelumnya, maka peneliti

menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Word of Mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (H_1 diterima)
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (H_2 diterima)
- 3) *Word of Mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap Minat beli ulang (H_3 diterima)
- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang (H_4 ditolak)
- 5) Kepuasan konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang (H_5 ditolak)
- 6) *Word of Mouth* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen (H_6 ditolak)
- 7) Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat beli ulang melalui Kepuasan konsumen (H_7 ditolak)

Saran

Beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran akan dituliskan sebagai berikut:

1. Bagi Cafe *All In One*

Bagi Cafe *All In One* diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menjaga dan meningkatkan *Word of Mouth* dan Kualitas pelayanan untuk menarik lebih banyak konsumen, dan diharapkan mampu meningkatkan Kualitas pelayanan yang optimal agar

bisa menimbulkan *Word of Mouth* yang positif bagi para konsumen demi kelangsungan usaha pada Cafe *All In One*.

2. Bagi Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini bagi Universitas dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum Manajemen Pemasaran yang selanjutnya dapat membantu menambah pengetahuan serta informasi bagi sivitas akademika mengenai variabel *Word of Mouth* dan Kualitas pelayanan dalam penentuan Minat beli ulang Melalui Kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat menjadi bahan masukan untuk mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan variabel *Word of Mouth*, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen dan Minat beli ulang yang dapat dikembangkan lagi sesuai dengan kebutuhan keilmuan pada saat ini.

Daftar Pustaka

A., Morissan M. dkk.2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Daryanto. 2014. *Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Diana Alfaini., Praja, Y, dan Ediyanto, 2022. Pengaruh Lokasi Dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS*. Volume 1(8) : 1559-1572

Fera Feriska., Kusnedi, E., dan Praja, Y, 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kecantikan Fithka Ms Glow Di Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS*. Volume 1(8) : 1709-1723

Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.

Joesyiana, K. 2018. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, Vol.4, No.1

Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. penerbit salemba empat. jakarta.

- Juniawati. 2015. *Pengaruh Perceived ease of use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase intention dengan Customer satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak)*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan.
- 29 Kotler, P dan Keller, K, L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran jasa* Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Nazir, M. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sernovitz, A. 2009. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- 32 Santosa, S. B., & Ramadhan, A. G. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Sepatu Nike Punning di Semarang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2017.
- 95 Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- 47 _____ . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- 27 _____ . 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- 81 _____ . 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- 23

● **25% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- Crossref database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

- 1

Noor Alya, Wahyuddin Latunreng. "Analisis Pengaruh Kompetensi dan ...

Crossref

<1%

- 2

Sandra Virky Ramadhani, Chandra Hendriyani. Jurnal Sekretaris & Adm...

Crossref

<1%

- 3

Sugeng Kurniawan, Muzakki Muzakki. "HUBUNGAN ANTARA GAYA KE...

Crossref

<1%

- 4

Yeni Afriyani, Muhajirin Muhajirin. "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas te...

Crossref

<1%

- 5

Anung Pramudyo. "Analisis Pengaruh Revitalisasi terhadap Peningkata...

Crossref

<1%

- 6

Bagus Purnomo Aji, Fitria Widiyani Roosinda, Julyanto Ekantoro. "IMPL...

Crossref

<1%

- 7

Deni Hariansah, Harun Al Rasyid. "Pengajaran Bahasa Arab melalui Me...

Crossref

<1%

- 8

Dimas Aldi Romadhoni, Fitriani Fitriani. "Pengaruh Service Excellence (...

Crossref

<1%

- 9

Dwi Indah Utami. "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN VARIASI ...

Crossref

<1%

- 10

Harun Santoso. "Analisis Kegiatan Pembiayaan Akad Mudarabah di B...

Crossref

<1%
- 11

Kristianto Kristianto, Toga Sehat Sihite, Desmi Triyanti Purba, Marintan...

Crossref

<1%
- 12

Liza Nora, Nur Afiifah Kaamilah, Siti Hafnidar Harun. "Determinants of ...

Crossref

<1%
- 13

Mursid W. Hananto, Heris Pambudi Susilo, Sofian Nur Ahmad, Arif Rah...

Crossref

<1%
- 14

Natriya Faisal Rachman, Dedik Tri Istiantara. "The Effect of Price and S...

Crossref

<1%
- 15

Ramazan Aksoy, Umit Basaran. "The effect of perceived value on beha...

Crossref

<1%
- 16

Risa Eno Astuti, Mudji Astuti. "Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa da...

Crossref

<1%
- 17

Ahmad Shafrizal, Hery Pudjoprastyono. "Kualitas Produk, Citra Merek, ...

Crossref

<1%
- 18

Dani Agung Wicaksono, Trias Ayu Laksanawati, Dwi Budian Ningsih. "P...

Crossref

<1%
- 19

Islamiyah Islamiyah, Irwan Muryanto, Abdurrahman Hamid, Jasrida Yu...

Crossref

<1%
- 20

Juliana Margareta Sumilat, Deddy Kumolontang, Yanti Rompah. "Peng...

Crossref

<1%
- 21

Libriana Susanti. "Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk d...

Crossref

<1%

- 22

Nurul Imani Kurniawati. "Analysis of the influence of word of mouth an...

Crossref

<1%
- 23

Saefur Rohman, Fino Wahyudi Abdul. "PENGARUH KUALITAS PELAYA...

Crossref

<1%
- 24

Anggita Widianingsih, Herni Justiana Astuti. "Pengaruh Endorsement B...

Crossref

<1%
- 25

Diah Nofitasari, Ahmad Subagyo. "EFFECT OF E-SERVICE QUALITY AN...

Crossref

<1%
- 26

Dina Prasetyaningrum. "Pengaruh Komitmen Organisasi, Karakteristik ...

Crossref

<1%
- 27

Hery Winoto TJ, Melitina Tecocalu, Ferryday Ferryday. "Peran Kepuasan ...

Crossref

<1%
- 28

Arina Oktari, Ana Komari, Heribertus Budi Santoso. "Analisa Kepuasan ...

Crossref

<1%
- 29

Henny Welsa, Nonik Kusuma Ningrum, Sella Saputri. "Pengaruh Tampil...

Crossref

<1%
- 30

Ni Made Maria Magdalena, Saortua Marbun. "PENGARUH DIGITAL MA...

Crossref

<1%
- 31

Riski Marsila. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, BRAND I...

Crossref

<1%
- 32

Shinta Nuriyah, Moh Agung Surianto. "Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan...

Crossref

<1%
- 33

Angga Delima Sari, Satriya Wijaya, Mursyidul Ibad. "Hubungan Persep...

Crossref

<1%

- 34

Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUAS...

Crossref

<1%
- 35

Feri Setiawan, Sri Hartini, Fanny Hendro Aryo Putro. "KOMUNIKASI WO...

Crossref

<1%
- 36

Hironimus Hari Kurniawan. "ANALISIS DIMENSI SERVICE QUALITY, LO...

Crossref

<1%
- 37

Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas p...

Crossref

<1%
- 38

Raditiya Eka Nugraha, Sukaria Sinulingga, Meilita Tryana Sembiring. "A...

Crossref

<1%
- 39

Rina Ariyani. "Manajemen Promosi Sekolah Dalam Rangka Meningkatkan...

Crossref

<1%
- 40

Komir Bastaman, Tony Pathony. "Kualitas Pelayanan Obat BPJS di Apo...

Crossref

<1%
- 41

Mochammad Faisal Fadli. "Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan ...

Crossref

<1%
- 42

Reza Sri Ayaumi, Neng Siti Komariah. "PENGARUH CUSTOMER EXPERI...

Crossref

<1%
- 43

Siti Aisyah Nurhayati, Sri Suratmi Aji Pangesti. "Sosialisasi Administras...

Crossref

<1%
- 44

Fadly Yashari Soumena, Nurul Qayyum. "DETERMINAN VARIABEL WOR...

Crossref

<1%
- 45

Kunandar Prasetyo, Anna Fariyanti, Suharno Suharno. "Faktor Sosial Ek...

Crossref

<1%

- 46

Puji Setya Sunarka. "PENGARUH WOM, STORE ATMOSPHERE, KUALIT...

Crossref

<1%
- 47

Sinta Kurnia Illahi, Sonja Andarini. "Pengaruh Brand Image terhadap Br...

Crossref

<1%
- 48

Sri Widiastuti, Rifda Nabila. "How to Expand Repurchase Intention? Inte...

Crossref

<1%
- 49

Obi Seprianto. "Pengaruh Keterlibatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja ...

Crossref

<1%
- 50

A. C. Karunaratna. "Impact of Brand Equity Dimensions on Repurchase ...

Crossref

<1%
- 51

Abidzar Pahlevi Alghiffari, Ina Oktaviana Matusin. "Antecedents of Cus...

Crossref

<1%
- 52

Christina Esti Susanti. "The Effect of Brand Awareness and Brand Imag...

Crossref

<1%
- 53

Erisa Deliyani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN T...

Crossref

<1%
- 54

Henny Welsa, Ignatius Soni Kurniawan, Risang Nagar. "ANALISIS PENG...

Crossref

<1%
- 55

Ni Komang Pani Yudiadari, Made Dian Putri Agustina. "Pengaruh Kualit...

Crossref

<1%
- 56

Ni Nyoman Duwi Yuhani, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALITAS PROD...

Crossref

<1%
- 57

Giovanni Adrian Santoso, Innocentius Bernarto. "PENGARUH WAKTU T...

Crossref

<1%

- 58

Ida Fiteriani, Rahma Diani, Athi' Hamidah, Chairul Anwar. "Project-base...

Crossref

<1%
- 59

"From Micro to Macro: Dealing with Uncertainties in the Global Market...

Crossref

<1%
- 60

Ade Damayanty Vina Giovani, Dini Rosyada. "PENGARUH KOMPETENSI...

Crossref

<1%
- 61

Arinda Novpika Nerustia, Rita Rahmawati, Denny Hernawan. "IMPLEME...

Crossref

<1%
- 62

Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PR...

Crossref

<1%
- 63

I Kadek Rupayana, I Wayan Suartina, IA Mashyuni. "Pengaruh Kualitas ...

Crossref

<1%
- 64

Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan. "Determinasi Jaminan...

Crossref

<1%
- 65

Nabela Nabela, Adrian Irnanda Pratama, Adrian Irnanda Pratama. "CO...

Crossref

<1%
- 66

Purna Sari, Chalil Chalil, Enki P Nainggolan. "PENGARUH ATRIBUT PRO...

Crossref

<1%
- 67

WAHYU DWI KURNIAWAN. "PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI K...

Crossref

<1%
- 68

Ajeng Wijayanti, Ramlah Ramlah. "Pengaruh Concept Blue Economy Da...

Crossref

<1%
- 69

Angga Putri Ekanova Nurlaela, Ranti Putri Pratiwi. "DETERMINAN BAU...

Crossref

<1%

- 70

Egi Setiawan, Firdaus Hanif Rizki. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harg...

Crossref

<1%
- 71

Hafid Sumarwadji, Bahar Sinring, Mapparenta Mapparenta, Muhamma...

Crossref

<1%
- 72

Ibnu Agung Permana, Asep M. Ramdan, Faizal Mulia Z. "Kekuatan Keu...

Crossref

<1%
- 73

Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul Jalil. "P...

Crossref

<1%
- 74

Rosianti Rosianti, Sri Buwono. "TRADISI UMPAN KAMPUNG BAGI MAS...

Crossref

<1%
- 75

Siti Rahmawati, Rio Kartika Supriyatna, Dedi Junaedi, Muhammad Rizal...

Crossref

<1%
- 76

Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN T...

Crossref

<1%
- 77

Tatik Mulyati, Saraswati Budi Utami. "EFFECT of COMPETENCE, WORK ...

Crossref

<1%
- 78

Ami Lestari, Dhian Tyas Untari. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN AD...

Crossref

<1%
- 79

Antonius Rizki Krisnadi, Dessy Natalia. "Analisis Faktor-Faktor yang M...

Crossref

<1%
- 80

Arfimasri Arfimasri, Yulhan Yulhan. "Pengaruh Keragaman Menu dan P...

Crossref

<1%
- 81

Deviana Deviana, Suyoto Suyoto, Mahjudin Mahjudin, Fery Adhy Perma...

Crossref

<1%

- 82

Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, Taufiq Anshori. "Pengaruh Keung...

Crossref

<1%
- 83

Hastuti Habir, Zakiyah Zahara, Farid Farid. "PENGARUH CITRA MEREK ...

Crossref

<1%
- 84

Hendy Chrisnathaniel, Sri Hartini, Sari Puji Rahayu. "Analisis Gamificati...

Crossref

<1%
- 85

I Kadek Kelvin Prayeska, Gede Yoga Kharisma Pradana, I Wayan Kiki S...

Crossref

<1%
- 86

Khadijah Fauzi Basalamah, Reza Aril Ahri, Muh Multazam. "Pengaruh C...

Crossref

<1%
- 87

Lie Styono Rudyanto, Rr. Lulus Prapti N.S.S., Dian Triyani. "ANALISIS P...

Crossref

<1%
- 88

Reza Kurniawan, Sry Rosita, Fitri Chairunnisa. "Pengaruh budaya organ...

Crossref

<1%
- 89

Riza Savita. "PENGARUH PERAN KELUARGA, AKTIVITAS FISIK, INTER...

Crossref

<1%
- 90

Romy Suranda, Agustina Mutia. "Berasuransi Syariah di Kalangan Mas...

Crossref

<1%
- 91

Wei-Shang Fan, Chun-Hsiung Lan, Ruei-Shiuan Chang, Jhih-Lang Zeng....

Crossref

<1%
- 92

Akhmad Hitten, Arief Susanto. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kep...

Crossref

<1%
- 93

Gabriella Pingkan Larasati Prasetya, Awan Santosa. "Good Corporate G...

Crossref

<1%

-
- 94 Gusi Putu Lestara Permana, Ni Luh Putu Puspita Dewi. "ANALISIS FAK... <1%
Crossref
-
- 95 Nadela Saktiana, Muchammad Agung Miftahuddin. "Pengaruh Sikap K... <1%
Crossref
-
- 96 Tina Novianti Sitanggang, Faathir Nurul Yasiin. "Preferensi Metode Me... <1%
Crossref
-
- 97 Aditya Nur Prasetyo, Husna Leila Yusran. "Pengaruh E-Service Quality ... <1%
Crossref
-
- 98 Hary Irvan Tarigan, Yulinda Manurung, Winida Marpaung. "LOYALITAS ... <1%
Crossref
-
- 99 Muhamad Azriel Ardiansyah Muhamad Azriel Ardiansyah, Arie Hendra ... <1%
Crossref

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Crossref Posted Content database
- Publications database
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

Surya Pinto, Eko Giyartiningrum. "PENGARUH KOMUNIKASI LISAN, KEPEDU... Crossref	6%
ERIK JUNIWATI HERIYADI. "Analisis Pengaruh Customer Experience dan Pro... Crossref	5%
Abdul Hamid Farhani, Henny Welsa, Putri Dwi Cahyani. "Pengaruh Brand Equit... Crossref	5%
Mohammad Sandy Andi Andi Koro, Maskuri Sutomo, Farid Farid. "PENGARUH ... Crossref	5%
Marina Malian. "PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN PELAYANAN TERHA... Crossref	5%
Joko Suyono, Sukaris Sukaris, Didin Saputra. "Anteseden Kepuasan Pelangga... Crossref	4%
Yunita Aprilia, Sonja Andarini. "Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terh... Crossref	4%
Abdul Khakim Hidayatullah, Heru Totok Tri Wahono. "Pengiran Katalog Produ... Crossref	4%
Yuni Ratnawati, Saiful Anwar. "Determinan keputusan pembelian kosmetik hal... Crossref	4%
Ni Nyoman Alit Srientini, Ni Made Hartini. "PENGARUH TESTIMONI DAN WOR... Crossref	4%

I Gede Putrayasa. "Pengaruh kualitas pelayanan pramusaji dan fasilitas terha...	3%
Crossref	
Ilza Febrina, Lisa Nurlitasari, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELA...	3%
Crossref	
Budi Lestari, Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelay...	3%
Crossref	
Anang Kurniawan, Ambar Lukitaningsih, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar...	3%
Crossref	
Iranita Iranita. "Analisis Pengaruh Brand Equity Untuk Meningkatkan Minat Bel...	3%
Crossref	
Nunuk Maf'idayu, Amelindha Vania. "Service Quality Terhadap Repurchase Int...	3%
Crossref	
Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	3%
Crossref	
Iwan Juandi. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan...	3%
Crossref	
Elgita Arum Dwiyaniti, Siti Nur Azizah. "ANALISIS PENGARUH CUSTOMER FOC...	3%
Crossref	
Kuswinton Winton, Sukrin Sukrin, Resfika Aswira, Abel Haryanto. "Peran Kepu...	3%
Crossref	
Rani Nur Indah Lestari, Miftahul Huda, Abdul Karman. "FAKTOR-FAKTOR YAN...	3%
Crossref	
Priyo Utomo, Maria Krisnanti, Komarun Zaman, Ayi Hendriawan, Abdul Manan...	3%
Crossref	

Sukini, Bambang Mantikei, Yoga Manurung. "Pengaruh Word Of Mouth Comm...	3%
Crossref	
Nikmatul Maskuroh. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN TERHADAP RETURN SA...	3%
Crossref	
Melifia Liantifa, Anggia Ayu Lestari, Violin Alfa Lahesa. JURNAL EKONOMI SA...	3%
Crossref	
Alyssa Maulida Nursyifa, Indah Nur Agustiani, Taufiq Hidayat. "Pengaruh Kualiti...	3%
Crossref	
Mohammad Ubait Hisni, Feti Fatimah, Yohanes Gunawan. "Analisis Pengaruh ...	3%
Crossref	
Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPU...	3%
Crossref	
Simon Ahie. "Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Tiki Jalur ...	3%
Crossref	
Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS P...	3%
Crossref	
Felien Putri Tunggadewi, Hery Pudjoprastyono. "Pengaruh Promosi dan E-Ser...	3%
Crossref	
Tini Kusmayati Dewi, Annisa Amellia, Neng Sri Rahayu Mulyani, Siti Nuranisah...	3%
Crossref	
Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN...	3%
Crossref	
Hanafi Hanafi, Maya Noor Desiana. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHA...	3%
Crossref	

Kristia Grisella Kiling, Silvy L. Mandey, Imelda W.J. Ogi. "PENGARUH KUALIT...	3%
Crossref	
Citra Ayu Wulandari, Reni Oktavia, Farichah Farichah, Ninuk Dewi Kusumaning...	3%
Crossref	
Ananda Resta, Khabib Alia Akhmad, Rayhan Gunaningrat. "Pengaruh Program ...	3%
Crossref	
Khristina Sri Prihatin, Yohana Selvia Dewi. "PENGARUH PELAYANAN AKADEM...	3%
Crossref	
Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan...	3%
Crossref	
Febri Nur Khofifah, Siti Munawaroh. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Ter...	3%
Crossref	
Bachtiar Arief Nugroho, Zulkifli Zulkifli, Mombang Sihite. "Strategi Memaksim...	3%
Crossref	
Yuli Evitha. "PENGARUH KERELASIAN PEMASARAN DAN KUALITAS PRODUK ...	3%
Crossref	
Nurdin Wahid, Ratmono Ratmono. "Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudah...	2%
Crossref	
Ardiansyah Japlani, Nani Septiana, Nabila Citra Pertiwi. "Pengaruh Kepercayaan...	2%
Crossref	
Hayatul Millah. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TELLER TERHADAP KEP...	2%
Crossref	
Lati Sari dewi, Asep Saeful Falah. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERH...	2%
Crossref	

Yulita Nabila Putri, Endang Sutrisna. "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualita...	2%
Crossref	
Ni Nyoman Suriani, Idris Azis, Mohammad Ali Murad. "PENGARUH KUALITAS ...	2%
Crossref	
Handika Aryanatha. "Pengaruh customer experience dan kualitas pelayanan t...	2%
Crossref	
Erlinda Yulia Damayanti, Hery Pudjoprastyono. "Pengaruh Word Of Mouth dan ...	2%
Crossref	
Kristal Sauzhana Putri Sahroma, Moh. Anasrulloh. "PENGARUH KUALITAS PE...	2%
Crossref	
Juniwati Fitri Listiawati. "Ketika Konsumen Muslim Berminat Membeli Ulang ...	2%
Crossref	
Prawiniko Sugistianto, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	2%
Crossref	
Deddy Sutrisno, Derriawan Derriawan. "Pengaruh Experiental Marketing, Food ...	2%
Crossref	
Dewi Sutrisni, Isma Coryanata. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MI...	2%
Crossref	
Devi Fitriani, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN I...	2%
Crossref	
"HCI International 2023 Posters", Springer Science and Business Media LLC, ...	2%
Crossref	
Feti Fatimah, Resa Yova Ferdiansa, Yohanes Gunawan. "Pengaruh Brand Imag...	2%
Crossref	

Desy Arini Supriyadi. "STUDI EMPIRIK WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE ...	2%
Crossref	
Mitha Novthafia, La Ode Turi, Jafar Ahiri. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN PE...	2%
Crossref	
Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualitas Pela...	2%
Crossref	
Firdaus Firdaus. "PENGARUH PERSEPSI DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHA...	2%
Crossref	
Azwar Azwar, Nanda Windi Ani, Aqilla Tauhidta Arla Putri. "Pengaruh Digital M...	2%
Crossref	
Muhammad Ybnu TAUFAN. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli K...	2%
Crossref	
Lia Yuliana, Zulfa Mardiyana. "Peran Pustakawan Terhadap Kualitas Layanan ...	2%
Crossref	
Risma Risma, Syaiful Muhyidin, Ira Eka Pratiwi. "PENGARUH KUALITAS LAYA...	2%
Crossref	
DAHMI RI DAHMI RI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUA...	2%
Crossref	
Annisa Rahma Diantika. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KETERSEDIAAN ...	2%
Crossref	
ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO...	2%
Crossref	
Raden Bagus Faizal. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhada...	2%
Crossref	

Husnul Maulida, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakim. "Pengaruh Brand Image da...	2%
Crossref	
Ratnah Ratnah, Muljadi Muljadi. "Pengaruh tangible dan responsiveness terha...	2%
Crossref	
Muhammad IQBAL. "Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan ...	2%
Crossref	
Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi...	2%
Crossref	
Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ...	2%
Crossref	
Reggi Agustian Pratama, Sri Rahayu, Fadhil Yamalay. "Pengaruh Citra Merek d...	2%
Crossref	
Komang Ratih Tunjungsari, Putu Ayu Indra Swari. "Penerapan kualitas pelayan...	2%
Crossref	
Mariana Puspa Dewi. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SOCIAL MEDIA PRO...	2%
Crossref	
Muhamad Alfin Kuncoro, Muhamad Naely Azhad, Ahmad Izzudin. "Pengaruh B...	2%
Crossref	
I Putu Trianata. "Upaya supervisor dalam meningkatkan kualitas pelayanan pr...	2%
Crossref	
Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno. "Studi Tentang Kualitas Pelayanan ...	2%
Crossref	
Elisabet Yesika Sitanggang, Yunita Budi Rahayu Silintowe. Jurnal Sekretaris &...	2%
Crossref	

Ratih Mirpay Suwikromo, Agus Supandi Soegoto, Imelda W.J Ogi. "ANALISIS ...	2%
Crossref	
Putu Trisna Handayani, Putu Kepramareni, I Gusti Agung Eka Teja Kusuma. "T...	2%
Crossref	
Steven Steven. "PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, WORD OF MOUTH, NILAI ...	2%
Crossref	
Avelius Dominggus Sore, Irma Tripurwanti, Anna Marganingsih. "PENGARUH ...	2%
Crossref	
Agus Dedi Subagja, Taharuddin Taharuddin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Te...	2%
Crossref	
Hannah Vashti, Tony Antonio. "The Role of Price Promotion and Product Quali...	2%
Crossref	
Amrin Mulia Nasution, Isnaniah Isnaniah, Hesti Sabrina. "Analisis Keputusan ...	2%
Crossref	
Iman Muazansyah. "PENGARUH KEMAMPUAN KERJA (WORK ABILITY) DAN ...	2%
Crossref	
Syavira Suci Supratman, Silvy L Mandey, Ferdy Roring. "ANALISIS PENGARU...	2%
Crossref	
Sirojudin Siroj, Desti Nurwidiawati, Asrti Mailani, Rizki Alyan Syachwaldi, Agus...	2%
Crossref	
Ni Putu Putri Ayu Wijayanthi, I Gusti Putu Agung Widya Goca. "Pengaruh Kepe...	2%
Crossref	
Umiyati Umiyati, Suyoto Suyoto. "ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KON...	2%
Crossref	

Tri Wakhyuni, Syakdiah Syakdiah, Retno Kusumawati. "KUALITAS PELAYANA...	2%
Crossref	
Novita Damayanti, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Kualitas ...	2%
Crossref	
Feby Febrian. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MIN...	2%
Crossref	
Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix Terhada...	2%
Crossref	
Mukhamad Faizal Syahroni Muhamad. "Penerapan Etika Bisnis Dalam Mening...	2%
Crossref	
Bobby Rozano, Panji Pamungkas. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHAD...	2%
Crossref	
Asep Saepul Alam, Mugi Velayati. "TINGKAT KEPUASAN PETANI PADI PAND...	2%
Crossref	
Viola Amdya Rifqi, Hermin Endratno. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERC...	2%
Crossref	
Veny Puspita. "PENGARUH EKUITAS MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHAD...	2%
Crossref	
Aisyah Nur Fatimah, Fryda Fatmayati. "Pengaruh Service Performance dan Fa...	2%
Crossref	
Wenny Amelina, Acep Samsudin, Asep M. Ramdan. "Minat Beli Ulang Berdasa...	2%
Crossref	
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ...	2%
Crossref	

Ruslan Ruslan, Tin Agustina Karnawati, Yunus Handoko. "STRATEGI PROMOS...	1%
Crossref	
Okpri Meila. "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien BPJS Pada Pelayanan Kefarm...	1%
Crossref	
Ermawati Ermawati, Riza Putri Utami, Irham Pakawaru. "Pengaruh Kualitas Pel...	1%
Crossref	
Asep Saepul Alam, Neta Oktavianti. "TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADA...	1%
Crossref	
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter...	1%
Crossref	
Sukmawati Sukmawati, Suardi Suardi, Zakiyah Zahara. "PENGARUH ATRIBUT ...	1%
Crossref	
Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGG...	1%
Crossref	
Tri Wahyu Putra Susanto, I Nyoman Sudapet, Hamzah Denny Subagyo, Joko S...	1%
Crossref	
Aprih Santoso, Nunik Kusnilawati. "EVALUASI DETERMINAN KEPUASAN MAH...	1%
Crossref	
Pipit Septyani. "Pengaruh Stres Kerja, Lingkungan Kerja Fisik dan Lingkungan ...	1%
Crossref	
Dwi Harum Puspa Sari, Suharto Suharto, M. Ihsan Dacholfany. "Pengaruh Kual...	1%
Crossref	
Dhimas oka purnama Wijaya. "Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga T...	1%
Crossref	

Zainiyatul Qoyum. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUALITAS ...	1%
Crossref	
Annisa Luthfiyah, Surya Bintarti, Muhamad Ali Maskuri. "Personal Selling Me...	1%
Crossref	
T. Enika Rosmika. "ANALISIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDASA...	1%
Crossref	
Susanto Susanto. "STRATEGI PELAYANAN BUS RAPID TRANSIT (BRT) TRAN...	1%
Crossref	
Agus Salim, Herry Nurdin. "Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas P...	1%
Crossref	
Irpan Saepuloh, Widiana Indah Permata. "Peranan Kualitas Layanan dan Harg...	1%
Crossref	
Denny astrie Anggraini, Mela Sundari. "PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGA...	1%
Crossref	
Ogi Maulana Firli, Muhamad Rizal, Ria Arifianti, Asmaul Husna. "Pengaruh Sel...	1%
Crossref	
. Sudarijati, Titiek Tjahja Andari, Rizka Rosyada. "MINAT BELI ULANG BERBAS...	1%
Crossref	
Luthfi Maulana Ridwan, Ani Solihat, Andry Trijumansyah. "Pengaruh Product K...	1%
Crossref	
Kadek Ardiana, I Nyoman Sudiarta, Putu Eka Wirawan. "Pengaruh Harga dan P...	1%
Crossref	
Astri Ayu Purwati, Onny Setiawan. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kep...	1%
Crossref	

Susindra Katili, Heri Prasetyo. "PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN ...	1%
Crossref	
Abdul Rahman Rahman, Deddy Hendarwan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan ter...	1%
Crossref	
I Gusti Ngurah Khrisna Siwa Putra, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH B...	1%
Crossref	
Ok Yoga Syah Putra, Sarinah Sihombing, Chaidir Tasran. "Pengaruh Pelayana...	1%
Crossref	
Arbet Irawan Nasution. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR KE...	1%
Crossref	
Yudi Satriadi, Nurul Syamsiah, Wiwin Yuliani. "Persepsi Wisatawan Domestik ...	1%
Crossref	
Rafidah Rafidah. "Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah", NALAR ...	1%
Crossref	
Herawati Herawati, Evinovita Evinovita, Sukarna Sukarna. "Pengaruh Promosi ...	1%
Crossref	
Ummal Khoiriyah, Zainuddin. "MANAJEMEN STRATEGI SYARI'AH PADA PEL...	1%
Crossref	
SIGIT INDRAWIJAYA, ARBET IRAWAN NASUTION. "ANALISIS KUALITAS PEL...	1%
Crossref	
Andrew Juan Henry Mokoagouw, Maryam Mangantar, Debry Ch. A. Lintong. "...	1%
Crossref	
Rr. Citra Aristi Amelia, Edy Mulyantomo, Sugeng Rianto. "PERSEPSI PENGGUN...	1%
Crossref	

Uun Yulia Alfiana, Siti Zuhroh. "PENGARUH EASE OF USE TERHADAP REPUR... Crossref	1%
Juniwati Juniwati. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Ter... Crossref	1%
I Gusti Bagus Hery Stiawan, I Made Jatra. "The Role of Brand Image Mediate t... Crossref	1%
I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TE... Crossref	1%
Abdul Wachid, Ervi Rachma Dewi, Aprilika Tyantaka. "TINGKAT KEPUASAN PE... Crossref	1%
M. Shoffa Saifillah Al-Faruq, Muhammad Adib Abdushomad. "Motivasi Kerja d... Crossref	1%
Okky Mudinarko, Suyoto Suyoto. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALI... Crossref	1%
Hasbi Maulana, Faisal Salistia, Farah Chalida Hanoum. "Pengaruh Promosi On... Crossref	1%
Santi Ekawati, A. Muhyiddin Khotib. "MANAJEMEN PELAYANAN ISLAMI DAL... Crossref	1%
Ari Ardi Susanto, Tri Septin Muji Rahayu. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, H... Crossref	1%
Efrita Norman, Zul Hiskandar, Evinovita Evinovita. "Kepuasan Pelanggan Dala... Crossref	<1%
Muhammad Luthfi, Apip Alansori, Anggis Novitania. "Pengaruh Penggunaan I... Crossref	<1%

Budi Susanto, Nursamsu Nursamsu. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN... <1%

Crossref

Siti Aminah. "Peranan Orangtua Dalam Mengantisipasi Kemerosotan Akhlak p... <1%

Crossref

Dwiyantoro Dwiyantoro. "Analisis dan Evaluasi Penerapan Sistem Informasi S... <1%

Crossref

Thohirin Maryadi, Buyung Kusumawardhana, Husnul Hadi. "Identifikasi Penye... <1%

Crossref

Prilialianty Fakhriyah. "PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJE... <1%

Crossref

Harsetyo Fajrihan Prakoso. "Analisis Pengaruh Iklim Organisasi, Kepemimpin... <1%

Crossref

Afriansyah Putra. "Pengaruh Harga, Inovasi dan Kreativitas terhadap Minat Be... <1%

Crossref

Rino Ramadan. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Admin PMB BSI-Group T... <1%

Crossref

Nanang Rustandi, Hindun Marlina. "PENGETAHUAN PRODUK DAN RELIGIUSIT... <1%

Crossref

Nurfitriyenni Nurfitriyenni. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan ... <1%

Crossref

Fahman Hadi Utomo, Sukma Amayliana Rachmawati. "Analisis strategi experi... <1%

Crossref

Bernardus Ferry Wahyu Laksono, Paulus Wardoyo. "PENGARUH WORK - LIFE ... <1%

Crossref

Abdul Aziz Nugraha Pratama, Aprina Wardani. "Pengaruh Kemampuan Kerja d... <1%

Crossref

Prihastini Oktasari Putri. "PENERAPAN MODEL PEMBELAJARAN MAKE A MA... <1%

Crossref

Damianus Fijay Luter Jacob, Silvy Levina Mandey, Mirah Helen Rogi. "pengar... <1%

Crossref

Andini Dwi Saputri, Susi Handayani, Muhammad Kurniawan DP. "Pengaruh Dis... <1%

Crossref

Mohamad Rafdi Zhafari, Hemmy Fauzan, Nofrianto Nofrianto. "PENGARUH KE... <1%

Crossref

Handy Sugiarto. "Aplikasi Edukasi Dirimu Sebagai Sistem Pelaporan Dan Perli... <1%

Crossref

Fuji Ramdoni, Ferina Meliasanti, Hendra Setiawan. "Analisis Diksi dan Gaya Ba... <1%

Crossref

Fatimah Azzachra, Erry Sunarya, Faizal Mulya. "Fenomena Viral Marketing ter... <1%

Crossref

Adelia Athaya Dzakiyyah, Nor Norisanti, Acep Syamsudin. "Kekuatan Social M... <1%

Crossref

Cika Melia. "Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience dan Customer ... <1%

Crossref

Suryadi Suryadi, Nani Septiana, Peti Ninda Maryuni. "Pengaruh Inovasi, Promo... <1%

Crossref

Muhammad Hafiz, Raffly Henjilito. "Tingkat Motivasi Masyarakat Kecamatan ... <1%

Crossref

Kukuh Aji Prakoso. "Survei Minat Masyarakat terhadap Aktivitas Olahraga Rek... <1%

Crossref

Unggul Sugiharto, Silvi Agoestiani. "Pengaruh Bimbingan Teknis Terhadap Kin... <1%

Crossref

Andika Prastiya. "EFEKTIVITAS IMPLEMENTASI PROGRAM 5S (SEIRI, SEITON... <1%

Crossref

Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi. "ANALISIS PENGARUH PENGAM... <1%

Crossref

Misral Misral, Sri Rahmayanti. "Dampak Covid 19 terhadap Kredit Bermasalah ... <1%

Crossref

Ikram Ikram, Kamaruddin Kamaruddin, Adawiyah Pettalongi, Firdiansyah Alha... <1%

Crossref

Hermansyah Hermansyah, Dahmiri Dahmiri. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YAN... <1%

Crossref

Giri Winawirawan, R. Akhmad Munjin, Irma Purnamasari. "ANALISIS KEPUASA... <1%

Crossref

Amelia Tri Utami, Hadi Ismanto, Yuni Lestari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan te... <1%

Crossref

Amelia Tr Utami, Hadi Ismanto, Yuni Lestari. "PENGARUH KUALITAS PELAYA... <1%

Crossref

Cindyros Cindyros, Heni Safitri. "Analisis Laporan Keuangan Berdasarkan Rasi... <1%

Crossref

Ummi Kalsum, Ika Chastanti, Dahrul Aman Harahap. "Analisis Keterampilan B... <1%

Crossref

Febrian Alwan Bahrudin, Stevany Afrizal. "IMPLEMENTASI PENILAIAN AUTEN... <1%

Crossref

Abdullah .. "Penguatan Pelayanan Pemerintah Kabupaten; Studi Efektivitas Pr... <1%

Crossref

Rosilawati Rosilawati. "Pengaruh Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak terhada... <1%

Crossref

Irawan Ujiono. "Evaluasi Program Pendampingan Implementasi Kurikulum 2... <1%

Crossref

Arini Sulistyowati. "PENGARUH ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP DAN INNOV... <1%

Crossref

Nadia Putri Permata Ray Bimaria, Murie P. Kulu, Peridawaty Peridawaty. "Pen... <1%

Crossref

Oktaviani Dwi Putri, Muhammad Rum. "Akses Informasi Pemustaka Tunanetr... <1%

Crossref

Dwi Arya Permana, Sahudi Sahudi, Akbar Jaya. "KUALITAS PELAYANAN PEM... <1%

Crossref

Djoko Suyono, Delvia Noerfaghita. "Pengaruh Motivasi Kerja Pegawai Terhada... <1%

Crossref

Rizki Nauli Saputra, Yarmani Yarmani, Sugiyanto Sugiyanto. "PENGARUH MET... <1%

Crossref

Suharto Suharto. "Pengukuran Prestasi Kerja Karyawan Menggunakan Motiva... <1%

Crossref

Nur Eka Wahyuningsih. "ANALISIS PERBEDAAN GENDER DALAM TINGKAT KE... <1%

Crossref

Tumpal Manik dan Firmansyah Kusasi. "KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DA... <1%

Crossref

Rosyidah Nur Ainy Sanusi, Furqanul Aziez. "Analisis Butir Soal Tes Objektif da... <1%

Crossref

Pipit Afifah. "STRATEGI PELAYANAN PADA INDUSTRI RITEL DALAM MEMPE... <1%

Crossref

Steven Karuniawan, Jenny Morasa, Stanley Kho Walandouw. "EVALUASI PENE... <1%

Crossref

Dewi Marfuah, Retno Dewi Noviyanti, Febrian Nurul Khotimah. "HUBUNGAN S... <1%

Crossref

Fuji Sugeharti. "Pengaruh Kegiatan Jam'iyatul Qurra' Wal Huffadz (JQH) terha... <1%

Crossref

Edelweiss Infanyto, Ike Atikah Ratnamulyani, Ali Alamsyah Kusumadinata. "P... <1%

Crossref

Muhammad Rizky Maulana, Maftukin Hudah, Ibnu Fatkhu Royana. "Analisis M... <1%

Crossref

Hidayah Mustika Canggih, Tono Sugihartono, Defliyanto Defliyanto. "PERBED... <1%

Crossref

Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekalan dan ... <1%

Crossref

Petro Dwi Siswanto, Oktovina Rizky Indrasari, Elok Retno Anggraini. "HUBUNG... <1%

Crossref

Nana Triana Winata. "Membangun Gerakan Literasi Sekolah melalui Koper", J... <1%

Crossref

Lona Noviani, Najla Putri Yani. "EFEK MODERASI TIME BUDGET PRESSURE TE... <1%

Crossref

Muhammad Toby Suwindra, Ernawati Ernawati, Aan Erlansari. "Analisis Kemiri... <1%

Crossref

Michelle Nikita Jusuf. "ANALISIS EFEKTIVITAS EXPO DAN OPEN HOUSE SER... <1%

Crossref

Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keput... <1%

Crossref

Tri Lathif Mardi Suryanto, Akhmad Fauzi, Asif Faroqi. "Analysis of Community ... <1%

Crossref

Nita Sulistyowati, Euis Komalawati, I Nyoman Purnaya. "Pengaruh Metode Per... <1%

Crossref

Muhammad Rendy Irwanto, Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh kepuasan ko... <1%

Crossref

Fransiska Karisma Sara. D, Bambang Soedijono W.A, M. Rudyanto Arief. "Eval... <1%

Crossref

Bici Jesni Ezani, Rufran Zulkarnain. "MANAJEMEN WAKTU LANSIA PEMBELA... <1%

Crossref

Abhay Grover, Nilesh Arora, Pooja Sharma. "chapter 19 Social Commerce and ... <1%

Crossref

Cindy Reichmann Andriwardhaya, Miftakhul Huda, Yunus Sulistyono. "ACUAN ... <1%

Crossref

Etik Nugrahawati, Mulyanto. "Penerapan Kompetensi Manajerial Kepala Sekol... <1%

Crossref

Amirullah Fatwa Pane, Basri Modding, Syamsu Nujum. "Pengaruh Kecerdasan... <1%

Crossref

Luh Kadek Budi Martini, A.A Istri Ngr. Dyah Prami, Kadek Yashinta Viediantar... <1%

Crossref

Ida Bagus Gede Surya Peradantha, Muhammad Ilham Mustain Murda. "KAJIA... <1%

Crossref

Erny Rosyanti, Tri Ardiansyah. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi SIMADE, Terh... <1%

Crossref

Wira Bharata, Premi Wahyu Widyaningrum. "Analisis Penerimaan Teknologi M... <1%

Crossref

Rini Yulia. "Pengaruh Kualitas Data dan Sistem Pengendalian Intern Pemerint... <1%

Crossref

Samsuri ., Hari Purwanto. "PENGARUH SIKAP DAN MOTIVASI TERHADAP KIN... <1%

Crossref

Noviyana Syafa'atin Magfiroh. "PERMODALAN PADA USAHA KECIL MENENG... <1%

Crossref

Novita Sari, Wakijo Wakijo. "PENGARUH PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN SE... <1%

Crossref

Muhidin Muhidin, Nurwadjah Ahmad, Andewi Suhartini. "Kesadaran Akan Mak... <1%

Crossref

Intan Nadiroh. "Penerapan Pembelajaran CO-OP CO-OP dengan Menggunaka... <1%

Crossref

Denthy Anisha, Afiaty Kurniasih, Adi Rahmannur Ibnu. "PERSEPSI KARYAWAN... <1%

Crossref

Atang Saepudin, Riska Aryanti, Eka Fitriani, Dian Ardiansyah. "Perancangan Si... <1%

Crossref

Agus Ali, Nurwadjah Ahmad EQ, Andewi Suhartini. "Ta'alluq, Takhalluq dan Ta... <1%

Crossref

Agus Ali, Nurwadjah Ahmad EQ, Andewi Suhartini. "Kecerdasan Spiritual Santr... <1%

Crossref

Amirah Ahmad Nahrawi. "Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Return On ... <1%

Crossref

Wira Bharata. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Usaha terh... <1%

Crossref

Purwanto ., Apriyanti .. "PENGARUH PENILAIAN PEMBIAYAAN TERHADAP KE... <1%

Crossref

Prihastini Oktasari Putri. "Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Ma... <1%

Crossref

Premi Wahyu Widyaningrum. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, d... <1%

Crossref

Shopie Firda Humaira, Zahrotul Muplihah, Dita Mayang Sari, Siti Asyiva Qorina... <1%

Crossref

Nurfitriyenni Nurfitriyenni. "Analisis Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pro... <1%

Crossref

Niken Kusumawardani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Lapo... <1%

Crossref

Ismi Darojatul Ula, Moh Halim, Ari Sita Nastiti. "PENERAPAN ISAK 35 PADA M... <1%

Crossref

Dhita Adriani Rangkuti, Mey Monita Lestari Manalu, Sartika Nanda Lestari, Bri... <1%

Crossref

DONNI REVI ARDHI, DIAN FITHRIWATI DARUSMIN. "Asesmen Potential Revie... <1%

Crossref

Abrar Abrar, Komang Sundara. "Peranan Pembelajaran Pendidikan Kewargan... <1%

Crossref

Roro Dewila Morningrum, Eka Aryanih, Ina Magdalena, Nabilah Septianih, Dela... <1%

Crossref

Syukrina Syukrina, Bambang Trisno, Netri Netri. "Pengaruh Pengelolaan Kelas... <1%

Crossref

Devi Sartika, Epriliani Rahmita Siregar, Joya Syurgaini, Ina Magdalena. "Kenda... <1%

Crossref

Yosi Tiani, Nanu Hasanuh. "Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio ... <1%

Crossref

Premi Wahyu Widyaningrum. "Pengaruh Label Halal, Asosiasi Merek, Iklan, da... <1%

Crossref

Mattoasi Mattoasi, Victorson Taruh, Savira Aulia Monoarfa. "Efektivitas Peng... <1%

Crossref

Adilla Juita Siska. "Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhad... <1%

Crossref

Adilla Juita Siska, Evan Jonea. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Promo... <1%

Crossref

Mospa Darma. "KOTA MEDAN MENJADI BRAND IMAGE WISATA SYAR'I", VAL... <1%

Crossref

Fransiska Idaroyani Neonnub, Novi Triana Habsari. "Belis: Tradisi Perkawinan ... <1%

Crossref

Euis Dasipah. "Strategi Bisnis Yang Berorientasi Konsumen", Jurnal Social Ec... <1%

Crossref

Dortje Lilipaly, Wilhelmina Unmehopa. "PENINGKATAN HASIL BELAJAR WAX... <1%

Crossref

Asep Supena, Nuryanti Nuryanti, Karnadi Karnadi. "Efektifitas Son-Rise Progra... <1%

Crossref

A. Gafar Hidayat, Tati Haryati, Rosdiana. "Waria dalam Perspektif Masyarakat... <1%

Crossref