

PAPER NAME

jurnal rizal.doc

AUTHOR

Rizal ainul Yaqin

WORD COUNT

4962 Words

CHARACTER COUNT

33705 Characters

PAGE COUNT

17 Pages

FILE SIZE

889.0KB

SUBMISSION DATE

Sep 26, 2023 3:18 PM GMT+7

REPORT DATE

Sep 26, 2023 3:19 PM 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

**ANALISIS KEBERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
PADA KEDAI BABE DI SITUBONDO**

Rizal Ainul Yaqin
201913151@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

Lita Permata Sari
litapermatasari@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

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

ABSTRACT

Marketing management can be defined as the analysis of planning, implementing and controlling programs designed to create, build and maintain profitable exchanges with target markets to achieve organizational goals. The research objective is to analyze and test the effect of product diversity and service quality on customer loyalty through customer satisfaction. The population in this study were consumers of *Kedai Babe*. The sampling technique was determined by the sample random sampling method. This study's data analysis and hypothesis testing used the Structural Equation Model-Partial Least Square (PLS-SEM).

The results of the direct effect hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application show that product diversity has a negative but insignificant effect on customer satisfaction, service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, product diversity has a significant positive effect on customer loyalty, service quality has a significant positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive but insignificant effect on customer loyalty, product diversity has a significant negative effect does not affect customer loyalty through customer satisfaction, service quality has a positive but insignificant effect on consumer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Product diversity, service quality, customer loyalty, customer satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Pemasaran sangat erat kaitannya dengan berbisnis. Perkembangan bisnis saat ini semakin berkembang dan beraneka ragam. Dalam lingkungan kompetisi bisnis yang ketat pasar selalu penuh dengan persaingan. Persaingan yang ketat membuat perusahaan dituntut untuk semakin inovasi dalam mengeluarkan produk-produk yang disukai oleh konsumen. Proses manajemen pada dasarnya

merupakan perencanaan untuk menghasilkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu yang memiliki manfaat dan sesuai dengan aturan.

Fungsi perencanaan meliputi strategi, dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat

penting yang kemudian disebut strategi pemasaran. Menurut para pemasar tingkat persaingan suatu bisnis adalah untuk dapat mampu melakukan kegiatan pemasaran mereka secara lebih efisien dan efektif. Dibutuhkan suatu konsep dalam kegiatan pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Penjualan memiliki posisi yang baik dalam dunia usaha, karena penjualan merupakan salah satu jalan yang baik bagi pemasar.

Pemasaran menurut Tjiptono (2016:3) “Ini merupakan aktivitas, serangkaian institusi, dan tahap menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, bertukar penawaran (*offerings*) yang mempunyai nilai pada mitra, klien, pelanggan, dan masyarakat pada umumnya”. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012:29) ⁴⁷ Pemasaran sebagai proses yang mana perusahaan menciptakan nilai pada pelanggan serta membangun ikatan yang erat atau kuat dengan pelanggan guna memperoleh nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”.

Suparyanto dan Rosad (2015:1) mengemukakan Manajemen pemasaran “merupakan proses analisis, perencanaan, pengelolaan, mengatur program meliputi penetapan harga, pengkonsepkan, promosi, distribusi produk, layanan serta ide yang dibuat bertujuan membangun serta mempertahankan ⁷⁶ pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi yang ingin dicapai”.

Loyalitas pelanggan mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan. Kotler dan

Amstrong (2013:29) mengemukakan “Manajemen pemasaran merupakan suatu rangkaian proses atau tahap yang dilakukan perusahaan guna menciptakan nilai pada pelanggan mereka dan membangun ikatan yang erat dengan mereka untuk menciptakan nilai pada pelanggan tersebut”. Loyalitas merupakan keputusan pelanggan untuk sukarela berlangganan pada perusahaan-perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang sangat lama.

Loyalitas merupakan bukti dan bentuk sebuah emosi yang mengtransformasikan perilaku pembelian yang berulang menjadi sebuah hubungan. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, proporsi dan rekomendasi pembelian yang meningkat. Loyalitas pelanggan dipahami sebagai keterkaitan pelanggan pada ⁴⁶ suatu merek, pemasok, atau toko, yang tercermin dalam sikap (*attitude*) yang sangat positif dari pihak konsumen dan perilaku (*behaviour*) pembelian berulang oleh konsumen yang konsisten.

Kepuasan dan Loyalitas konsumen memiliki keterkaitan yang sangat erat. Akan tetapi usaha dalam memuaskan konsumen tidaklah mudah oleh karena itu, dalam menjalankan bisnisnya harus mampu memberikan kualitas pelayanan dan keragaman produk yang baik agar ⁸ mencapai target perusahaan. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor kelangsungan hidup perusahaan, pemenuhan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulannya dalam persaingan. Pelanggan yang puas dengan layanan

dan produk akan menjadi loyal. Mempertahankan pelanggan yang ada lebih baik dari pada mencari pelanggan baru, dan yang harus dilakukan adalah menciptakan pelanggan yang loyal. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah fundamental bagi kelangsungan pertumbuhan badan usaha. Sebagai usaha mempertahankan pelanggan, kita harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi paling tepat untuk mencapainya. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, dan kemampuan usaha dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang menjamin kelangsungan usaha dan kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme memperkenalkannya kepada semua orang yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya yang harus di tinjau, pelanggan yang loyal akan memperluas “Kesetiaan” mereka pada produk lain buatan produsen yang sama. Pada akhirnya mereka merupakan pelanggan setia pada produsen atau usaha tertentu untuk selamanya.

Menurut Tjiptono (2011:385) “Loyalitas pelanggan adalah suatu keadaan ideal paling diharapkan para pemasar, yang mana pelanggan bersifat positif pada produk atau produsen disertai dengan pola pembelian berulang yang konsisten”. Upaya untuk mempertahankan pelanggan harus lebih diprioritaskan yang lebih besar dibandingkan mendapatkan pelanggan baru. Oleh

karena itu, loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni yang berkelanjutan adalah salah satu aset terbesar yang dapat dimiliki oleh pemilik bisnis. Loyalitas pelanggan dapat memberikan nilai tinggi bagi inisiatif kepedulian para pelanggan, yaitu lebih mudah dan lebih murah untuk mempertahankan pelanggan kunci dari pada menarik pelanggan baru.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu bentuk kegiatan kelompok dan individu berinteraksi untuk memperoleh yang mereka inginkan dan dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan yang bernilai dengan pihak lain. Berdasarkan di atas pula, maka peneliti melakukan penelitian di tempat usaha Kedai Babe di Situbondo, yang mana Kedai babe mulai dirintis mulai tahun 2015 sampai dengan saat ini semakin sangat berkembang. Peneiliti beranggapan bahwa dari sekian banyaknya penjual dengan menggunakan konsep usaha yang sama di daerah tersebut, kenapa masyarakat masih mempercayakan untuk membeli produk di Kedai Babe ini. Diduga apakah karena kualitas pelayanan dan keberagaman produk sesuai dengan kualitas produk yang dijual oleh Kedai Babe yang akhirnya dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan sehingga pelanggan percaya terhadap Kedai babe ini yang menimbulkan rasa loyal dan setia terhadap Kedai Babe.

II. LANDASAN TEORI Manajemen Pemasaran

Hasibuan (2014:1), mengemukakan “Manajemen adalah merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan”. Sedangkan Manullang (2012:5) mengemukakan “Manajemen merupakan seni dan ilmu penyusunan, perencanaan, pengawasan sumber daya dan pengarahan guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan”. Berdasarkan kutipan tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa manajemen adalah seni, ilmu dan suatu proses melakukan tindakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Assauri (2015:5) mengemukakan bahwa “Pemasaran merupakan usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat pada orang-orang yang tepat pada waktu dan tempat serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat”. Kotler dan Keller (2012:263) berpendapat “Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan suatu rangkaian proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan pemangku kepentingannya”.

Manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan yang menyelenggarakan pemasaran bertujuan membantu pemilik atau pengusaha menjalankan usaha mereka sendiri. Menurut Limakrisna dan Purba (2017:5) Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk menentukan pasar sasaran, mendapatkan, serta meningkatkan

pelanggan yang super”. Sedangkan menurut Djaslim (2012:3) “Manajemen pemasaran merupakan perencanaan, analisis, implementasi dan pengelolaan atas program yang dirancang demi membangun, mempertahankan dan menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui membeli sarana yang bertujuan untuk mencapai sasaran organisasi”.

Keragaman produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:358), Produk (disebut juga berbagai macam-macam produk) “Adalah rangkaian produk-produk yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual kepada pembeli”. Malau (2018:31) mengemukakan “Produk merupakan suatu barang berwujud atau yang terlihat bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan dan keperluan manusia”.

Menurut Angel (2013:209) Keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalam luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko”. Keragaman produk merupakan macam-macam produk, dalam artian kelengkapan menu dari rasa, kualitas dan ukuran serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di restoran. Perusahaan berusaha memahami berbagai aspek yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian diantaranya adalah harga dan atribut-atribut yang terdapat pada produk.

Menurut Whidya (2010:204) indikator keragaman produk antara lain :

- 1) Ukuran produk yang beragam yaitu merupakan kapasitas dari

produk itu sendiri yang mana akan berdampak pada harga jual yang diberikan penjual pada konsumen.

- 2) Jenis produk yang beragam yaitu adanya berbagai jenis atau tipe dari produk yang ditawarkan produsen pada konsumen yang memiliki ukuran harga yang berbeda.
- 3) Bahan produk yang beragam yaitu bahan baku yang digunakan dalam membuat produk dimana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya.
- 4) Desain produk yang beragam yaitu proses menciptakan produk baru yang akan dijual oleh perusahaan untuk konsumen.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu hal wajib yang harus dilakukan suatu perusahaan agar mendapat kepercayaan konsumen atau pelanggan dan mampu bertahan. Gaya hidup dan pola konsumsi konsumen menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Daryanto (2014:135) “Pelayanan adalah serangkaian kegiatan atau suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata dihasilkan dari adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal yang tersedia di perusahaan dalam bentuk pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah konsumen”.

Menurut Kotler dan Keller (2016:284) terdapat lima indikator Kualitas pelayanan antara lain:

1. *Reability* (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang terpecaja, dijanjikan, akurat serta konsisten. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan ke konsumen dengan serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen atau pelanggan.

3. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan adalah mengukur kesopanan dan kemampuan karyawan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki seorang karyawan.

4. *Empathy* (Empati)

Kemampuan suatu perusahaan memberi perhatian yang tulus dan bersifat pribadi atau individual kepada konsumen dengan harapan dapat mengetahui segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Yang mana sebuah perusahaan diharapkan mempunyai pengetahuan dan pengertian tentang pelanggan atau konsumen, untuk memenuhi kebutuhan suatu pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. *Tangible* (Berwujud)

Berwujud adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun tidak senang seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) sebuah produk yang dipikirkannya dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja ini berada di bawah harapan maka pelanggan atau konsumen tidak puas. Menurut Kotler (2012:177) “Apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen amat puas senang”. Jadi, kepuasan adalah fungsi dari persepsi atau kesan atas kerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan atau konsumen tidak akan merasa puas. Namun jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan atau konsumen akan merasa puas dan akan merasa senang.

Menurut Levelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan merupakan suatu sikap yang di putuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan”. Kepuasan adalah suatu penilaian mengenai ciri atau keistimewaan sebuah produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang akan menyediakan tingkat kesenangan pada pelanggan atau konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui Kualitas pelayanan dan nilai. Kunci agar menghasilkan sebuah kesetiaan pada konsumen ialah dengan memberikan nilai konsumen yang tinggi.

Menurut Hawkins dan Loney di kutip dalam Tjiptono (2017:101) mengemukakan indikator Kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

3. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Loyalitas Pelanggan

Huriyati (2019:129) mengemukakan “Loyalitas adalah komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian berulang dengan konsisten dimasa mendatang”. Sedangkan Malai dan Spece (2010:95) mengemukakan bahwa “pelanggan atau konsumen tetap loyal, maka perusahaan harus meyakinkan konsumen bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan produk atau jasa yang bernilai secara terus menerus”.

Loyalitas juga bisa dipahami sebagai kesetiaan. Kesetiaan muncul bukan dari paksaan, namun timbul atas kesadaran diri sendiri karena sesuatu yang telah dirasakan. Upaya yang dilakukan guna menciptakan kepuasan konsumen cenderung lebih berdampak pada sikap konsumen.

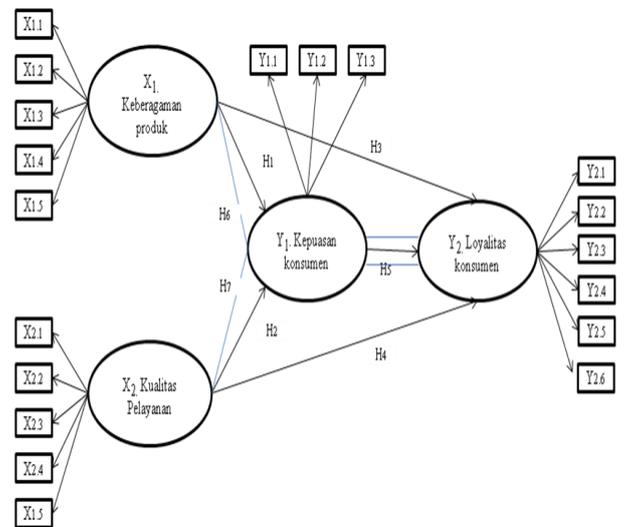
Sedangkan dalam konsep loyalitas lebih menekankan perilaku pembeliannya. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan yang dapat dilihat dengan sikap positif seperti melakukan peningkatan pembelian ulang dan teratur, kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan memiliki keyakinan tidak berpindah ke produk pesaing.

Berikut adalah beberapa indikator Loyalitas Konsumen yang dikemukakan Tjiptono (2017:482) yaitu :

- 1) Kepuasan Pelanggan yaitu puas terhadap jasa dan layanannya.
- 2) Pembelian ulang yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang.
- 3) Kesetiaan pelanggan yaitu pelanggan akan setia membeli jasa.
- 4) Kepercayaan pelanggan yaitu pelanggan tidak dapat dengan mudah terpengaruh meskipun ada kesalahan dalam bisnis, layanan atau produk.
- 5) Rekomendasi pelanggan terhadap pelanggan yang lain yaitu bersedia merekomendasikan kepada orang lain.
- 6) Pilihan umum adalah menjadikan perusahaan sebagai pilihan umum toko *online*.

Kerangka Konseptual

“Kerangka konseptual adalah bagaimana keterkaitan antara konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti” (Sugiyono, 2017:60).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:64) “Hipotesis adalah jawaban atau tanggapan sementara terhadap pertanyaan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah disajikan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun:

H₁ : Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

H₃ : Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₄ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₅ : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₆ : Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen.

H₇ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas

konsumen melalui Kepuasan konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah rancangan keseluruhan perencanaan dari suatu penelitian yang akan dilaksanakan dan dijadikan pedoman dalam melakukan sebuah penelitian. Menurut Arikunto (2010:90) menyatakan bahwa “Rancangan penelitian merupakan rancangan atau rencana yang dibuat oleh peneliti sebagai ancap-ancang kegiatan yang akan dilaksanakan”.

Sugiyono (2013:2) mengemukakan Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data yang valid bertujuan dapat dibuktikan, ditemukan dan dikembangkan suatu pengetahuan yang nantinya pada gilirannya dapat digunakan untuk memecahkan dan mengidentifikasi suatu masalah”. Pada penelitian menggunakan metode kuantitatif, deskripti, uji validitas konvergen, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji *Goodness of fit*, uji koefisien determinasi, uji persamaan struktural dan uji hipotesis menggunakan *smart* PLS 3.0. Pengolahan data dilakukan dengan tujuan untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran agar memperjelas penelitian.

Tempat dan Waktu Penelitian

penelitian dilakukan pada Kedai Babe di Jalan Raya Kendit, Desa Kendit, kecamatan Kendit, Kabupaten Situbondo. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan dimulai dari bulan Maret sampai dengan Mei 2023.

Populasi dan Sampel

Arikunto (2013:173) berpendapat bahwa “Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian”. Penelitian populasi adalah penelitian yang terkait dengan semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian tersebut. Sugiyono (2017:80) mengemukakan Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Setelah dilakukan observasi pada pihak Kedai Babe, diketahui populasi hariannya adalah 30 konsumen. Dijumlahkan dengan masa penelitian tiga bulan diperoleh jumlah populasi 2.670.

Menurut Arikunto (2013:174) Sampel merupakan wakil atau sebagian populasi yang diteliti”. Sugiyono (2017:81) mengemukakan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung Kedai Babe. Pada penelitian ini tidak semua populasi diteliti tetapi hanya sebagian dari populasi yang akan diteliti. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan rumus Slovin kemudian diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak menjadi 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Sugiyono (2017:137) berpendapat Observasi merupakan suatu langkah atau proses yang kompleks, suatu proses yang

tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”. Metode ini dilakukan pada saat peneliti meriset di tempat penelitian yang bertujuan untuk mengetahui masalah-masalah yang ada pada Kedai Babe.

Wawancara

Sugiyono (2017:137) mengemukakan Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika seseorang akan melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, apabila peneliti ingin mengetahui respondennya sedikit atau kecil”. Wawancara dilakukan bertujuan untuk pengumpulan data dan informasi tentang Kedai Babe yang dibutuhkan peneliti.

Studi Pustaka

Arikunto (2013:375) berpendapat “Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan tujuan untuk mengetahui berbagai pengetahuan atau teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian termasuk, yang berasal dari buku-buku, majalah, jurnal ataupun berbagai literatur yang relevan dengan suatu penelitian”. Secara singkat dapat disebutkan bahwa studi pustaka adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan membaca buku-buku, literatur yang berkaitan dengan penelitian.

Kuesioner

Sugiyono (2017:142) bahwa Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawab”. Peneliti mendapat informasi yang diinginkan dengan mengirimkan kuesioner kepada para konsumen Kedai Babe, sehingga semua data yang dikumpulkan peneliti dapat diubah menjadi informasi kuantitatif yang konkrit dengan menetapkan nilai pada skala likert, dan kriteria pengukuran.

Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010:274) bahwa “Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya”. Peneliti menggunakan dokumen berupa foto serta informasi yang diperoleh dari pihak kedai Babe, yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh informasi yang diperlukan selama penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menginterpretasi data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen Kedai Babe yang dipilih sejumlah 96 orang.

Uji Validitas Konvergen

Tabel 9
Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Indikator	Keberagaman produk (X _i)	Kualitas Pelayanan (X _i)	Kepuasan Konsumen (Y _i)	Loyalitas konsumen (Y _i)	Keterangan
X _{1.1}	0.973				Valid
X _{1.2}	0.962				Valid
X _{1.3}	0.905				Valid
X _{1.4}	0.900				Valid
X _{1.5}	0.927				Valid
X _{2.1}		0.975			Valid
X _{2.2}		0.838			Valid
X _{2.3}		0.942			Valid
X _{2.4}		0.988			Valid
X _{2.5}		0.949			Valid
Y _{1.1}			0.926		Valid
Y _{1.2}			0.938		Valid
Y _{1.3}			0.941		Valid
Y _{2.1}				0.869	Valid
Y _{2.2}				0.903	Valid
Y _{2.3}				0.891	Valid
Y _{2.4}				0.907	Valid
Y _{2.5}				0.891	Valid
Y _{2.6}				0.913	Valid

Sumber: lampiran 4, tahun 2023

Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel *manifest* atau *observed* variabel merepresentasi variabel laten untuk diukur. Validitas konvergen diukur dengan menggunakan parameter *outer loading* dan AVE (*Average Variance Extracted*). Uji validitas dengan program Smart PLS 3.0 dapat dilihat dari nilai *discriminant validity* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $> 0,70$ dan *Average Variance Extracted* (AVE) $> 0,50$

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menilai seberapa lama konsistensi internal suatu skala, peneliti menggunakan koefisien alpha (α) atau *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas merupakan hasil pengamatan berulang yang bertujuan untuk membuktikan kebenaran objek lapangan. Sanusi (2011:81) menyatakan bahwa "Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $> 0,70$ sedangkan jika nilai $< 0,70$, maka tidak reliabel".

Uji Goodness Of Fit (GOF)

Table 15
Uji Goodness Of Fit (GOF)

	Saturated Model	Estimated Model	Cut Off	Kersngks Model
SRMR	0.087	0.087	< 0.09	Baik
d-ULS	1.424	1.424	≥ 0.05	Baik
d_G	2.374	2.374	≥ 0.05	Baik
Chi-Square	907.928	907.928	Diharapkan kecil	Baik
NFI	0.793	0.793	$> 0,5$ (Mendekati angka 1)	Baik

Sumber: lampiran 4, tahun 2023

Tujuan dari Uji *goodness of fit* ini adalah untuk membuat dan menentukan apakah suatu distribusi data sampel merupakan hasil dari meniru distribusi teoretis tertentu atau tidak. Latan (2013:49) berpendapat bahwa "Jika *Goodness of Fit* dihasilkan baik, maka model tersebut dapat diterima dan sebaliknya jika *Goodness of Fit* yang dihasilkan buruk, maka model tersebut ditolak atau dilakukan modifikasi model". Pada aplikasi Smart PLS 3.0, uji GOF menggunakan tiga ukuran fit yaitu :

- 1) SR
MR $\leq 0,09$ maka, dikatakan *fit*.
- 2) Ch
i-Square nilai kecil, maka dikatakan *fit*.
- 3) NF
I $> 0,5$ atau mendekaki 1, maka dikatakan *fit*.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi menentukan besarnya nilai *R-squared* variabel *dependent*, bila nilainya berubah diketahui pengaruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sanusi (2011:136) menyatakan bahwa "apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas

berpengaruh terhadap variabel terikat". Koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk bisa mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X). Pada penelitian ini, peneliti ini menggunakan Koefisien Determinasi R^2 (*R-Square*) kemudian diketahui hasil sebagai berikut :

- 1) Variabel Keberagaman produk (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y_1) sebesar 0.891 (89,1%) , sedangkan sisanya (10,9%) dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.
- 2) Variabel Keberagaman produk (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y_2) sebesar 0.902 (90,2%), sedangkan sisanya (9,8%) dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak" (Ghozali, 2018:161). Jika nilai skewness dan kurtosis berada pada rentang nilai -2,58 sampai 2,58 maka data terdistribusi normal. Jika nilai rasio skewness dan kurtosis tidak berada pada rentang nilai -2,58 sampai 2,58 maka dapat dikatakan bahwa data tidak terdistribusi normal.

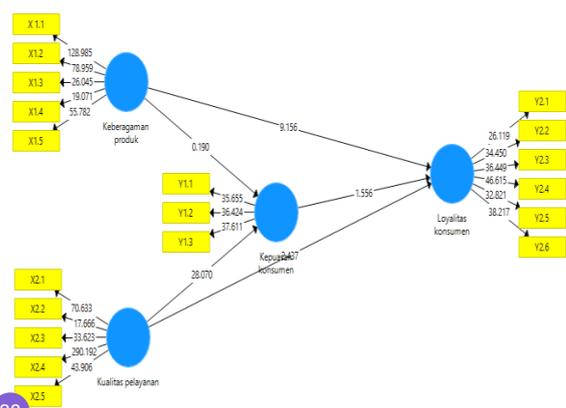
Tabel 14
Uji Normalitas

Indikator	Excess Kurtosi	Skewness	Keterangan
X _{1.1}	-0.687	-0.253	Normal
X _{1.2}	-0.680	-0.211	Normal
X _{1.3}	-0.712	-0.234	Normal
X _{1.4}	-0.642	-0.282	Normal
X _{1.5}	-0.628	-0.253	Normal
X _{2.1}	-1.976	0.256	Normal
X _{2.2}	-1.852	0.433	Normal
X _{2.3}	-1.951	0.300	Normal
X _{2.4}	-1.951	0.300	Normal
X _{2.5}	-1.135	-0.077	Normal
Y _{1.1}	-0.913	-0.226	Normal
Y _{1.2}	-1.997	0.213	Normal
Y _{1.3}	-2.026	0.127	Normal
Y _{2.1}	-1.127	-0.038	Normal
Y _{2.2}	-1.437	0.150	Normal
Y _{2.3}	-0.705	-0.322	Normal
Y _{2.4}	-0.734	-0.303	Normal
Y _{2.5}	-0.662	-0.020	Normal
Y _{2.6}	-1.413	0.192	Normal

Sumber: Lampiran 4, tahun 2023

Analisis Persamaan Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali (2018:97) "Uji koefisien determinasi secara umum merupakan analisis dalam mengukur persamaan struktural dengan melihat nilai *R-Square*". Perubahan nilai *R-squared* berguna untuk mengevaluasi pengaruh variabel oksigen laten tertentu terhadap variabel independen, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. *Smart PLS 3.0* dapat digunakan untuk membuat persamaan struktural.



Pembahasan

1. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Keberagaman produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_1). Hasil uji

hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai original sample yaitu negatif (-0.012), nilai *T-Statistic* yaitu 0,190 (<1,964) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.849 (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Keberagaman produk (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **hipotesis ke 1 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat jika Keberagaman produk semakin banyak maka Kepuasan konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya jika keberagaman produk sedikit maka Kepuasan konsumen akan menurun. Sehingga menggunakan indikator-indikator sebagai tingkat pengukuran untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan konsumen yang akan berdampak terhadap loyalitas konsumen terhadap produk. Semakin lengkap dan banyak keberagaman produk yang dimiliki Kedai Babe maka Kepuasan konsumen tentu akan juga meningkat. Hasil penelitian ini menolak penelitian terdahulu oleh Prasady, G.M (2022) penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Zahroni, z. *et al* (2022)

2. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_1). Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0.952), nilai *T-Statistic* yaitu 28.070 (>1,964) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.000 (<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan

konsumen (Y_1), dengan demikian **hipotesis ke 2 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen juga akan menurun. Pada penelitian ini Kualitas pelayanan memiliki 5 indikator yaitu, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud. Indikator tersebut menjadi tolak ukur Kualitas pelayanan terutama dalam memberikan dan menciptakan suasana tempat bersih, pelayanan yang cepat dalam melayani konsumen, serta memberikan rasa nyaman pada konsumen. Penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Kuku agusta, dkk (2022) dan Prasady, G.M (2022) dan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nur'aini *et al* (2022).

3. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0.613), nilai *T-Statistic* yaitu 9,156 (>1,964) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.000 (<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Keberagaman produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **hipotesis ke 3 diterima**. Hal ini menunjukkan jika Keberagaman produk banyak atau bervariasi maka Loyalitas konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Keberagaman produk sedikit maka Loyalitas konsumen akan menurun. Keragaman produk yang sangat banyak dapat dilihat dari menu makanan dan minuman yang dibuat Kedai Babe. Hasil penelitian

ini mendukung penelitian terdahulu oleh Prasady, G.M (2022).

4. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0.296), nilai *T-Statistic* yaitu 2,437 ($>1,964$) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.015 ($<0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **hipotesis ke 4 diterima**. Berdasarkan pengujian dapat dilihat bahwa jika Kualitas pelayanan meningkat maka Loyalitas konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas pelayanan menurun maka Loyalitas konsumen juga akan menurun. Kualitas merupakan gambaran bagaimana seharusnya sikap seorang karyawan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya, apabila terciptanya Kualitas pelayanan yang baik makan akan tercipta nilai atau kesan yang bagus terhadap toko tersebut. Penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Kuku agusta, dkk (2022).

5. Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0.153), nilai *T-Statistic* yaitu 1,556 ($<1,964$) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.120 ($>0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **hipotesis ke 4 ditolak**. Berdasarkan

pengujian dapat dilihat bahwa jika Kepuasan konsumen meningkat maka Loyalitas konsumen akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kepuasan konsumen menurun maka Loyalitas konsumen juga akan menurun. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Hal tersebut dapat menjadi indikator utama untuk mengukur tingkat Kepuasan konsumen sebagai bentuk berhasilnya perusahaan atas daya guna produk atau jasa yang diberikan terhadap konsumen. Sehingga berdampak pada peningkatan Loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menolak penelitian terdahulu oleh Ferdiansyah, A.F (2019), Kuku agusta, dkk (2022) dan Prasady, G.M (2022).

6. Pengaruh Keberagaman produk terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai original sample yaitu negatif (-0.002) nilai *T-Statistic* yaitu 0.169 ($<1,964$) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0.869 ($>0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Keberagaman produk (X_1) berpengaruh negatif signifikan tidak mempengaruhi Loyalitas konsumen (Y_2) melalui Keputusan pembelian (Y_1), dengan demikian **hipotesis ke 6 ditolak**. Keragaman produk salah satu faktor penting untuk menarik perhatian konsumen, oleh karena itu semakin banyak dan lengkap keberagaman produk yang dimiliki Kedai Babe makan akan mempengaruhi Kepuasan konsumen sehingga hal tersebut mendorong munculnya Loyalitas konsumen pada

toko tersebut. Dengan demikian peran variabel Kepuasan konsumen tidak signifikan dalam memediasi variabel Keberagaman produk terhadap Loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menolak penelitian terdahulu oleh Kuku agusta, dkk (2022) dan Prasady, G.M (2022).

7. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan konsumen.

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0.146) nilai T-Statistic yaitu 1.529 (<1,964) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.127 (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y₂) melalui Kepuasan konsumen (Y₁), dengan demikian hipotesis ke 7 ditolak. Kualitas pelayanan ditunjukkan langsung dengan kesungguhan dan bukti fisik bagaimana cara karyawan melayani konsumen dengan baik. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan Kepuasan konsumen. Konsumen yang puas ketika berkunjung ke toko tersebut akan berdampak terhadap peningkatan Loyalitas konsumen. Dengan demikian peran variabel Kepuasan konsumen tidak signifikan dalam memediasi variabel Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menolak penelitian terdahulu oleh Prasady, G.M (2022).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Keberagaman produk berpengaruh negatif namun tidak

- signifikan terhadap Kepuasan konsumen (X₁ ditolak).
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (X₂ diterima).
3. Keberagaman produk berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (X₃ diterima).
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (X₄ diterima).
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (X₅ ditolak).
6. Keberagaman produk berpengaruh negatif signifikan tidak mempengaruhi Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen (X₆ ditolak).
7. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan konsumen (X₇ ditolak).

Saran

1. Bagi Kedai Babe

Bagi pemilik dan karyawan Kedai Babe diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan petunjuk atau tolak ukur guna untuk meningkatkan Keberagaman produk Kedai Babe misalnya, desain produk, ukuran produk, rasa aman dan nyaman selama konsumen berkunjung pada toko tersebut. Selain itu pentingnya memberi kepuasan terhadap konsumen agar konsumen mau merekomendasikan Kedai Babe sebagai tempat kuliner kepada teman atau kerabat. Serta untuk meningkatkan Loyalitas

konsumen Kedai Babe harus memberikan Kepuasan konsumen dalam berbelanja baik dari Keberagaman produk dan Kualitas pelayanan.

2. Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo diharapkan dapat menjadi acuan dan dasar pengembangan kurikulum Manajemen Pemasaran, yang selanjutnya dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi sivitas akademika tentang pentingnya penggunaan variabel Keberagaman produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen.

3. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain hendaknya dapat menjadi bahan masukan guna mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan Loyalitas konsumen serta sesuai dengan kebutuhan keilmuan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, N, Ediyanto., Arif M. Y., Syahputra, H. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zafi Studio Di Mangaran Situbondo. *Jurnal Ekonomu dan Bisnis GROWTH*, Vol. 20, No. 1, Mei 2022: 52-68.

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, R. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

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

Djaslim, S. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.

Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasibuan, M. 2014. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Huriyati, R. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.

James F. Angel, Black well, Roger D, Paul W.M. 2013. *Perilaku*

- Konsume, Theyden pres, Bina Aksara, Jakarta.*
- 108 Kotler, P. dan Keller, K. L. 2012. 34 *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Jakarta: Salemba Empat. 54
- Kotler, P. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- 29 Kotler, P. dan Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh.* Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- _____ dan Armstrong, Gary. 2013. *Marketing management.* Edisi 14 Global Edition: person edition.
- _____ dan Armstrong G. 2015. *Pengantar Pemasaran.* Edisi Kedua belas. Inggris: Person Education, Inc.
- 62 Latan, H. 2013. *Model Persamaan Struktural teori dan implementasi.* Bandung : Erlangga.
- Levy, Wirtz. 2011. *Service Marketing (people, Technology, Strategy).* Pearson Education Limited. England.
- Limakrisna, N. dan Purba, T.P. 2017. 30 *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, Jilid 2.* Mitra Wacana Media : Bogor.
- Malai dan Spece. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta. 56
- Manullang. 2012. *Dasar-Dasar manajemen.* Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Malau, H. 2018. *Manajemen Pemasaran.* Bandung: 58 Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Pengertian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : alfabeta.
- _____. 27 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.
- 82 Sanusi, A. 2011. *Metode Penelitian Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.
- Suparyanto dan 101 Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran.* IN MEDIA: Bogor.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran Jasa.* Sleman: Bayumedia Publishing.
- _____. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.* Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 70 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian.* Yogyakarta: penerbit Andi.
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset. 55

Utami, Christiana Widhiya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat.

Umar, H. 2013. ⁸¹ *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Zahroni, z., Yahya, A, M., P, Yudha. 2022. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Beli

Konsumen Pada Cafe Amirah Di Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. (JME) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,. Volume (10) : 2068-2079.

● **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 | Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix T... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 2 | Aryanti Dwi Untari, Sunila Sunila. "PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP ... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 3 | Ayi Mi'razul Mu'minin. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED Q... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 4 | Komang Gede Martin Sumiarta, Ni Wayan Alit Erlina Wati, Putu Nuniek ... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 5 | Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPU... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 6 | Noviryantika Noviryantika. "DAMPAK LAYANAN INTERNET BANKING D... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 7 | Sukini, Bambang Mantikei, Yoga Manurung. "Pengaruh Word Of Mouth ... | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 8 | Uswatun Hasanah. "FULL PAPER", VALUE, 2020 | <1% |
| | Crossref | |
| <hr/> | | |
| 9 | Veny Puspita. "PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK USAHA, KERAG... | <1% |
| | Crossref | |

- 10 Via Yunanda, Suharto Suharto. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Medi... <1%
Crossref
- 11 Andang Nofiana, Hengky Widhiandono. "ANALISIS PENGARUH KEPUA... <1%
Crossref
- 12 Aryo Wibisono, Mita Purnamasari, Agus Suharsono, Wara Pramesti. "P... <1%
Crossref
- 13 Devi Fitriani, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH KUALITAS PELAY... <1%
Crossref
- 14 Marliana Handata Saputri, Didik Kurniawan, Mazna Mazna, Vicky F San... <1%
Crossref
- 15 Mega Naliyah Syahfitri, Danang Kusnanto. "Pengaruh Kualitas Pelayan... <1%
Crossref
- 16 Salwa Aini Febrianti, Dedi Junaedi, Sukarna Sukarna. "Analisis Penerap... <1%
Crossref
- 17 Sultan Prayudha Putra, Enki Nainggolan. "PENGARUH BAURAN PEMAS... <1%
Crossref
- 18 Apriyanti Apriyanti, Heny Setyowati. "Pengaruh Kepuasan Dan Keperca... <1%
Crossref
- 19 Rio Khoirudin Apriyadi, Rani Amelia. "Tingkat Pengetahuan Kesiapsiag... <1%
Crossref
- 20 Shofi Nur Rahmah. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHAD... <1%
Crossref
- 21 Sri Handayani, Miko Warodei Antono. "HUBUNGAN LOKASI DAN PROM... <1%
Crossref

- 22

Annisa Nur Awaliyah Amri, Ali Muhtarom. "IMPLEMENTASI NILAI PEN...

Crossref

<1%
- 23

Khristina Sri Prihatin, Yohana Selvia Dewi. "PENGARUH PELAYANAN A...

Crossref

<1%
- 24

Rian Andriani, Rikrik Fatimah. "Strategi Experiential Marketing Sebagai ...

Crossref

<1%
- 25

Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi. "ANALISIS PENGARUH PE...

Crossref

<1%
- 26

Sri Widaningsih, Fitri Kurnia Efendi. "Sistem Pelayanan Posyandu Berb...

Crossref

<1%
- 27

Yusi Landari, Meitiana Meitiana, Ina Karuehni. "Pengaruh Dimensi Kuali...

Crossref

<1%
- 28

Neti Zuhelti, Lina Ade Chusmita, Busriadi Busriadi. "Pengaruh Kualitas ...

Crossref

<1%
- 29

Ofiana Ulandari. "Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BU...

Crossref

<1%
- 30

Gregorius Meli Makin, Setiyawan Setiyawan. "Effect of Promotion Mix ...

Crossref

<1%
- 31

Indyah Hartami Santi, Indria Guntarayana. "Effect Of Supply Chin Produ...

Crossref

<1%
- 32

Oktaviani Oktaviani, Zulkifli Zulkifli, Edi Supriadi. "ANALISIS STRATEGI ...

Crossref

<1%
- 33

Taufik Robby. "Loyalitas Produk Private Label Dari Citra Merek, Citra T...

Crossref

<1%

- 34

Andi Zulfikar Darussalam, Bambang Tutuko, Ahmad Dahlan, Ahmad Hu... <1%

Crossref
- 35

Elgita Arum Dwiyanti, Siti Nur Azizah. "ANALISIS PENGARUH CUSTOM... <1%

Crossref
- 36

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

Crossref
- 37

Ane Dwi Septina. "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Ko... <1%

Crossref
- 38

Dewi Panglipur Ati, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Pengaruh Harga, Kualita... <1%

Crossref
- 39

Masjaya Kamaliono, Rosida P Adam, Syamsul Bachri Daeng Parani. "P... <1%

Crossref
- 40

Nella Ayu Ningrum. "TINJAUAN ATAS RETRIBUSI DAERAH TERHADAP... <1%

Crossref
- 41

Sally Oktaviani, Kokom Komariah, Faizal Mulia Z.. "Keputusan Pembeli... <1%

Crossref
- 42

Hamzar Acha, Muhammad Sibgatullah, Furqan Furqan, Kurnia Kurnia, ... <1%

Crossref
- 43

Jeli Nata Liyas. "Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawa... <1%

Crossref
- 44

Rajesh Agarwal, Sanjay Dhingra. "Factors influencing cloud service qua... <1%

Crossref
- 45

Arman Paramansyah, Dipo Mirza Ghulam, Ernawati Ernawati. "PENGAR... <1%

Crossref

- 46 Inggrit Puspita Sari, Zakiyah Zahara. "PENGARUH KEPUASAN DAN KE... <1%
Crossref
-
- 47 Mei Habibah Dalimunthe, Nuri Aslami. "Perencanaan dan Strategi Pem... <1%
Crossref
-
- 48 Merry Margareth Pelupessy, Evracia Turukay, Victor Ernes Huwae, Jiha... <1%
Crossref
-
- 49 Min-jeong Kim, Soon-ju Koh, Young-joon Park. "A Study on Retaining E... <1%
Crossref
-
- 50 Tamam. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN STORE ATMOSPHE... <1%
Crossref
-
- 51 Vivi Sahfitri. "Studi Deskriptif Pemanfaatan Fasilitas Hotspot Kampus ... <1%
Crossref
-
- 52 Ade Mubarak, Noneng Tia Aprilia, Sari Susanti. "ANALISIS KEPUASAN ... <1%
Crossref
-
- 53 Ade Wahyu Ramadhan, Novita Ekasari. "PENGARUH PRICE DISCOUNT ... <1%
Crossref
-
- 54 Dian Triyani, Dyah ayu Belawanti Sarbina, Lulus Prapti N.S.S. "ANALISI... <1%
Crossref
-
- 55 Efti Novita Sari. "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pe... <1%
Crossref
-
- 56 Graini Tifani Lumenta, Leonardus Ricky Rengkung, Celcius Talumingan... <1%
Crossref
-
- 57 Hendri Herman, Vargo Christian L. Tobing. "Peran Kualitas Pelayanan d... <1%
Crossref

- 58

Lidia Andiani. "Analisis Pemanfaatan Teknologi, Sosialisasi Pajak, Pe...

Crossref

<1%
- 59

Mohamad Ridwan, Erie Hidayat Sukriadi. "Pengaruh Fasilitas Wisata da...

Crossref

<1%
- 60

NURLEV AVANA, TRI WIYOKO, AULIA WULANDARI. "PENINGKATAN H...

Crossref

<1%
- 61

Nisa Widia, Sulistyandari, Fitri Ayu Nofirda. "Pengaruh Promosi, Kualit...

Crossref

<1%
- 62

Ophilia Larasati, Puspita Dirgahayani. "Importance-Performance Matrix...

Crossref

<1%
- 63

Reynaldi Tresnadjaja. "Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terha...

Crossref

<1%
- 64

Riski Amalia, Abdullah Igo B.D, Murniati Murniati. "PENINGKATAN HAS...

Crossref

<1%
- 65

Umi Farida Febriani, Rini Sugiarti. "Pengaruh Kontrol Diri dan Dukungan...

Crossref

<1%
- 66

Aditia Sovia Pramudita. "Pengukuran Kualitas Pelayanan dan Kepuasa...

Crossref

<1%
- 67

Alfian Sigit Permana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LO...

Crossref

<1%
- 68

Amelia Azura, Nurbaiti Nurbaiti, Nur Ahmadi Bi Rahmani. "Customer Lo...

Crossref

<1%
- 69

Heriyanto, Eddy Soegiarto K, dan Selviana Meikayanti. "PENGARUH PR...

Crossref

<1%

- 70

I Made Adhi Andrianata, Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi. "Pengaruh P...

Crossref

<1%
- 71

Miftahul Laili Hasanah, Muhammad Kristiawan. "Supervisi Akademik d...

Crossref

<1%
- 72

Nurul Qomariah, Sarwito Sarwito, Abadi Sanosra, Mohammad Thamrin...

Crossref

<1%
- 73

Onky Yahya Dewanata, Budi Santoso, Jekti Rahayu. "Pengaruh Harga, L...

Crossref

<1%
- 74

Risma Amelia Irani. "PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADADA...

Crossref

<1%
- 75

Sulviandani Sulviandani, Syamsul Bachri, Rahmat Mubaraq. "PENGARU...

Crossref

<1%
- 76

Tali roso Susilo, Sri Rahayuningsih, Heribertus Budi Santoso. "PENGEM...

Crossref

<1%
- 77

Walter Tabelessy. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMO...

Crossref

<1%
- 78

Yudi Prasetyo, Hartono Hadi Wasito. "Sejarah Tari Keling Dan Upaya P...

Crossref

<1%
- 79

Abdul Sofyan, Tanwey Gerson Ratumanan. "PENGARUH AKTIVITAS BE...

Crossref

<1%
- 80

Aisah Asnawi, Muhammad Rais. "Loyalitas Konsumen: Faktor-Faktor Y...

Crossref

<1%
- 81

Bunga Divi Iswara, Triana Ananda Rustam. "FAKTOR-FAKTOR YANG M...

Crossref

<1%

- 82

Christina Christina, Monica Monica, Agnes Aurelia, Sherley Fitria, Lina ...

Crossref

<1%
- 83

Eko Nugroho, Heribertus Budi Santoso, Imam Safi'i. "Analisis Pengaruh...

Crossref

<1%
- 84

Faisal Suroto, Iwan Setiadi. "Pengaruh Good Corporate Governance Da...

Crossref

<1%
- 85

Ferreddy Siagian. "Pengaruh Kerjasama Tim terhadap Kinerja Pegawai ...

Crossref

<1%
- 86

I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYAN...

Crossref

<1%
- 87

Mahendra .. "PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSU...

Crossref

<1%
- 88

Marwita Andarini, Nur Laely, Wigati Wigati, Nurul Laily. "Analisis Harga,...

Crossref

<1%
- 89

Nacep Hamrat, Dede Rahmat Hidayat, Mohamad Syarif Sumantri. "Dam...

Crossref

<1%
- 90

Pontoh J. Ch. Putera, Jimmy Posangi, Aaltje E. Manampiring. "Faktor-f...

Crossref

<1%
- 91

Syukuri Ahmad Rifai, Helmi Susanti, Aisyah Setyaningrum. "Analisis Pe...

Crossref

<1%
- 92

Titiek Tjahja Andari, Nursyariah Hasanah. "PENGARUH BAURAN PEMA...

Crossref

<1%
- 93

Winda Nur Ramadhani, Syafika Ulfah. "Analisis Kecemasan Matematik...

Crossref

<1%

- 94

Yola Arsela, Wiludjeng Roessali, Bambang Mulyatno Setiawan. "Analisi...

Crossref

<1%
- 95

Ericca Nindya Regita. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas P...

Crossref

<1%
- 96

Fatima Indah Hayati, Zuprizal Zuprizal, Singgih Hawibowo, Yusuf Amri ...

Crossref

<1%
- 97

Ghin Erza Fortuna, Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan. "Kualitas Pelaya...

Crossref

<1%
- 98

Iwan Juandi. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasis...

Crossref

<1%
- 99

Rabi'ah Dea Ihsaniah, Mohamad Adam, Yuliani *. "PENGARUH PROFIT...

Crossref

<1%
- 100

Risna Nurjanah, Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Kualitas Pelayanan da...

Crossref

<1%
- 101

Windy Chindiawaty Sabaru, Rudy S Wenas, Yunita Mandagie. "PENGA...

Crossref

<1%
- 102

Dede Kuriang Listanto, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUA...

Crossref

<1%
- 103

Ida Bagus Agung Andi Bhisma Manuaba, Ni Putu Nina Eka Lestari. "FA...

Crossref

<1%
- 104

Jamaluddin Jamaluddin. "Pengaruh Service Performace Dan Kualitas ...

Crossref

<1%
- 105

Lidya Wati Evelina, Fitrie Handayani, Shierine Audreylla. "The Effect of S...

Crossref

<1%

-
- 106** Marsinta Uli Nainggolan, Sry Rosita. "PENGARUH KOORDINASI TERHA... **<1%**
Crossref
-
- 107** Sisilia Cincing. "Pengaruh Total Quality Management (TQM) Dan Peng... **<1%**
Crossref
-
- 108** Sri Nitta atmaja Crissiana Wirya Atmaja. "BAKULAN' MARKETING STR... **<1%**
Crossref

● Excluded from Similarity Report

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

EXCLUDED SOURCES

Prawiniko Sugistianto, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	5%
Crossref	
Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS P...	5%
Crossref	
Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi...	5%
Crossref	
Anang Kurniawan, Ambar Lukitaningsih, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar...	5%
Crossref	
Sucihati Sucihati, Suhartini Suhartini. "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN D...	5%
Crossref	
Aldo Septa Nugraha. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsume...	5%
Crossref	
Hayani Hayani. "Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Ke...	5%
Crossref	
Mustika Hidayat, Effed Darta Hadi, Sularsih Anggarawati. "Analisis Pengaruh ...	5%
Crossref	
Kuswinton Winton, Sukrin Sukrin, Resfika Aswira, Abel Haryanto. "Peran Kepu...	4%
Crossref	
Sang Ayu Widya Wahyuni, Ni Wayan Maryuni Erawati. "Pengaruh kualitas pela...	4%
Crossref	

Ratih Mirpay Suwikromo, Agus Supandi Soegoto, Imelda W.J Ogi. "ANALISIS ...	4%
Crossref	
Joko Suyono, Sukaris Sukaris, Didin Saputra. "Anteseden Kepuasan Pelangga...	4%
Crossref	
ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO...	4%
Crossref	
Yulita Nabila Putri, Endang Sutrisna. "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualita...	4%
Crossref	
Ni Made Wiwin Karuniati, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "Pengaruh Citra K...	3%
Crossref	
Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPU...	3%
Crossref	
Tony Prastyo Budi, Lativa Hartiningtyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan H...	3%
Crossref	
Ni Nyoman Suriani, Idris Azis, Mohammad Ali Murad. "PENGARUH KUALITAS ...	3%
Crossref	
Sindi Kurnia Sari, Sonja Andarini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia ter...	3%
Crossref	
Putri Dwi Cahyani, Adhika Alvianto. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Pro...	3%
Crossref	
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter...	3%
Crossref	
Yunita Astikawati, Eka Suryani, Avelius Dominggus Sore. "PENGARUH KUALIT...	3%
Crossref	

Muhammad Randi Satrio, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KEPUAS...	3%
Crossref	
Dewa Ayu Candra Devi, Komang Ratih Tunjungsari, Ni Made Rinyanthi. "Peng...	3%
Crossref	
Widya Wati, Ratmono Ratmono. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilita...	3%
Crossref	
Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualitas Pela...	3%
Crossref	
Surya Pintoro, Eko Giyartiningrum. "PENGARUH KOMUNIKASI LISAN, KEPEDU...	3%
Crossref	
Aprih Santoso, Nunik Kusnilawati. "EVALUASI DETERMINAN KEPUASAN MAH...	3%
Crossref	
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ...	3%
Crossref	
Dini Dwi Ermawati, Angga Putri Ekanova. "ANALISIS PENGARUH BAURAN PE...	3%
Crossref	
Priyo Utomo, Maria Krisnanti, Komarun Zaman, Ayi Hendriawan, Abdul Manan...	3%
Crossref	
Yeni Afriyani, Muhajirin Muhajirin. "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap...	3%
Crossref	
Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHAD...	3%
Crossref	
Nadya Retty Masiaga, Frederik G. Worang, Yunita Mandagie. "PENGARUH KEA...	3%
Crossref	

Karomatun Ni'mah, Joko Hadi Purnomo, Niswatin Nurul Hidayati. "PENGARUH...	3%
Crossref	
I Putu Agus Heryana, Ni Putu Isha Aprinica, Miko Andi Wardana. "Pengaruh ku...	3%
Crossref	
I Putu Ari Grace Christanto, Firman Sinaga, Luh Eka Susanti. "Pengaruh Kualit...	3%
Crossref	
Mohammad Sandy Andi Andi Koro, Maskuri Sutomo, Farid Farid. "PENGARUH ...	3%
Crossref	
Deddy Rakhmad Hidayat, Peridawaty. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Har...	3%
Crossref	
Ilza Febrina, Lisa Nurlitasari, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELA...	2%
Crossref	
Mamik Kusuma Ningrum, Trias Setyowati, Wenny Murtaliningtyas. "Kualitas P...	2%
Crossref	
Syavira Suci Supratman, Silvy L Mandey, Ferdy Roring. "ANALISIS PENGARU...	2%
Crossref	
I Kadek Kelvin Prayeska, Gede Yoga Kharisma Pradana, I Wayan Kiki Sanjaya. ...	2%
Crossref	
Novita Damayanti, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Kualitas ...	2%
Crossref	
Elis Tri Wahyuni. "Pengaruh segmentasi pasar terhadap kepuasan pelanggan ...	2%
Crossref	
Rizki Amalia, Ine Aprianti. "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN T...	2%
Crossref	

Susi Susanti. "PENGARUH PERPUTARAN KAS DAN PERPUTARAN PIUTANG T...	2%
Crossref	
M. Andi Ardiyanto, Mr. Tabrani. "PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUAL...	2%
Crossref	
Dennis Pratama. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DA...	2%
Crossref	
Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYAN...	2%
Crossref	
Arina Oktari, Ana Komari, Heribertus Budi Santoso. "Analisa Kepuasan Pasien ...	2%
Crossref	
Nova Riana, Rieke Sri Rizki Asti Karini, Satria Delonika Regiawan. "Pengaruh El...	2%
Crossref	
Suci Valiani Mumpuni, Maryono Maryono. "Faktor - faktor yang Berpengaruh t...	2%
Crossref	
Efti Novita Sari, Syafriade Zulmi, Bustami Bustami. "Pengaruh Kualitas Pelaya...	2%
Crossref	
Susindra Katili, Heri Prasetyo. "PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN ...	2%
Crossref	
Jessica Allezsandra, Fanny Septina. "Pengaruh Corporate Image Dan Perceive...	2%
Crossref	
Eigis Yani Pramularso. "Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan P...	2%
Crossref	
Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan ...	2%
Crossref	

lin Mazuin Agustina. "Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada ...	2%
Crossref	
Novia Indah Lestari. "Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Prod...	2%
Crossref	
Ahmad Sahri Romadon, Ericke Fridatien. "ANALISIS PENGARUH KOMPETENS...	2%
Crossref	
Andana Budi Tami, Sri Yuni Widowati. "ANALISIS PENGARUH KEPEMIMPINA...	2%
Crossref	
Sumiyati Sumiyati, Rizqi Nugroho. "Pengaruh Atmosphere, Keragaman Produk...	2%
Crossref	
Melani Quintania, Sasmitha Sasmitha. "Pengaruh Desain dan Inovasi Produk ...	2%
Crossref	
Henny Puspitasari, Rosida P Adam, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARU...	2%
Crossref	
Risma Nugrahani, Sri Suryaningrum. "Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Perp...	2%
Crossref	
Fredy Olimsar, Feny Tialonawarmi. "Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan T...	2%
Crossref	
Refita Alce. "Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap K...	2%
Crossref	
Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand Image T...	2%
Crossref	
Prilalianty Fakhriyah. "PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJE...	2%
Crossref	

Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, ...	2%
Crossref	
M. Riszaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Serv...	2%
Crossref	
Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUASAN KO...	2%
Crossref	
Ahmad Faqihudin, Meinarni Asnawi, Bill J.C Pangayow. "PENGARUH PENERA...	2%
Crossref	
Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan...	2%
Crossref	
Annisatun Nur Fitriani. "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HAR...	2%
Crossref	
Simon Ahie. "Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Tiki Jalur ...	2%
Crossref	
Made Agus Adhy Putra, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH CUSTOMER ...	2%
Crossref	
Viola Amdya Rifqi, Hermin Endratno. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERC...	2%
Crossref	
Resi Novita Sari, Kuncoro Budi Riyanto. "Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan ...	2%
Crossref	
Putra Chairy. "ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI FAKTOR K...	2%
Crossref	
Putra Chairy. "ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN DITINJAU DARI FAKTOR K...	2%
Crossref	

Azizah Viridianingrum, Ratna Damayanti. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Peng...	2%
Crossref	
Ni Komang Pani Yudiadari, Made Dian Putri Agustina. "Pengaruh Kualitas Lay...	2%
Crossref	
Saefur Rohman, Fino Wahyudi Abdul. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN D...	2%
Crossref	
Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK ...	2%
Crossref	
Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, Taufiq Anshori. "Pengaruh Keunggulan ...	2%
Crossref	
Goklas Agus Efendi Sianturi, Lila Muliani, Heni Pridia Rukmini Sari. "PENGARU...	2%
Crossref	
Bahtiar Effendi. "Implementasi Sustainable Development Goals (SDGs) dalam ...	2%
Crossref	
Agus Salim, Herry Nurdin. "Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas P...	2%
Crossref	
Budi Lestari, Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelay...	2%
Crossref	
Eka Febriani, Norra Isnasia Rahayu. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Keadilan ...	2%
Crossref	
Rinaldi Rinaldi. "Dampak Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kep...	2%
Crossref	
Jaka Atmaja, Teguh Tri Susanto, Khairul Rizal, Chepi Nurdiansyah. "Analisis P...	2%
Crossref	

Ni Kadek Sintha Pratiwi, I Wayan Suartina, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "...	2%
Crossref	
Rizky Ramadhan, Acep Samsudin. "Analisis Pengaruh Experiential Marketing, ...	2%
Crossref	
Isana S.C. Meranga. "Anteseden Word Of Mouth pada Konteks Perguruan Tin...	2%
Crossref	
Kadek Ardiana, I Nyoman Sudiarta, Putu Eka Wirawan. "Pengaruh Harga dan P...	2%
Crossref	
Ratna Susilowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI ...	2%
Crossref	
Diah Ambarwati, Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Kualitas E-Service Terhada...	2%
Crossref	
Agustini Tanjung, Rahmat Hidayat. "Influence of word of mouth location and a...	2%
Crossref	
Sri Rahayu Puspita Sari, Ratih Fitri Yatun. "PENGARUH PROMOSI DAN KUALI...	2%
Crossref	
I Nyoman Sudiarta, I Gusti Ayu Eka Suwintari. "PENGARUH PELAYANAN DAN ...	2%
Crossref	
I Gusti Ayu Chrisanty Mayangsari, I Made Hadi Purnantara, I Gede Dirga Surya...	2%
Crossref	
Difta Octavia Saridewi, Rusdi Hidayat Nugroho. "Pengaruh Citra Merek, Harga,...	2%
Crossref	
Rezty Fauziah Novianty, Juliater Simamarta, Dinar Dewi Kurnia, Jermanto Seti...	2%
Crossref	

Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL...	2%
Crossref	
Dian Riskarini, Yuli Ardianto, Reffy Reffy. "LOYALITAS WISATAWAN DAMPAK ...	2%
Crossref	
Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL...	2%
Crossref	
Risqi Awliyah Kartini, Rahmat Mubaraq, Johny Tanamal. "PENGARUH CITRA ...	2%
Crossref	
Heni Susanti, Maskuri Sutomo, Benyamin Parubak. "PENGARUH BAURAN PE...	2%
Crossref	
Kukuh Aji Prakoso. "Survei Minat Masyarakat terhadap Aktivitas Olahraga Rek...	2%
Crossref	
Dasep Suryanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah ...	2%
Crossref	
Aminah Rizkiyah, Budiono Prestyadi. "PENGARUH SISTEM PENJUALAN ONLI...	2%
Crossref	
Marina Malian. "PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN PELAYANAN TERHA...	2%
Crossref	
Renaldy, Ivonne, Joubert Mangundap,Saerang,Maramis. "PENGARUH RASIO L...	2%
Crossref	
Firman Sinaga, I Wayan Pantiyasa. "PENGARUH SERVICE QUALITY DAN SUST...	1%
Crossref	
Ardiansyah Japlani, Fitriani Fitriani, Siti Mudawamah. "PENGARUH KUALITAS ...	1%
Crossref	

Dini Wahyuni, Syamsul Bachri. "PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEP... Crossref	1%
Umiyati Umiyati, Suyoto Suyoto. "ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KON... Crossref	1%
Hary Irvan Tarigan, Yulinda Manurung, Winida Marpaung. "LOYALITAS PELAN... Crossref	1%
Dian Harianti, Elimawaty Rombe, Ponirin Ponirin. "PENGARUH CITRA MEREK ... Crossref	1%
Yasir Muharram Fauzi. "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAW... Crossref	1%
Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan. "Determinasi Jaminan Layan... Crossref	1%
Yunia Dian Wahyu, Islahudin Islahudin, Zulkarnain Zulkarnain. "ANALISIS KEM... Crossref	1%
Siti Noor Hidayati, Syamyudi Syamyudi. "Analisis Kinerja Pegawai guna Menu... Crossref	1%
Irsyad Ardy Haryanto, Heni Pridia Rukmini Sari. "Pengaruh Kinerja Petugas Cle... Crossref	1%
I Gusti Ngurah Khrisna Siwa Putra, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH B... Crossref	1%
Andi Randhy, Syamsul Bachri. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TER... Crossref	1%
Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan La... Crossref	1%

Nurul Abidin, Gilang Ary Sandy, Hawa Hasan. "Analisis Kualitas Layanan Pend...	1%
Crossref	
Markoni Markoni. "PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, CITRA PER...	1%
Crossref	
Diana Aqmala, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, Rika Wijayani. "FAKTOR-F...	1%
Crossref	
Viola Aja, Nila Pratiwi, Awalul Khairi. "PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI D...	1%
Crossref	
Tengku Putri Lindung Bulan, Riny Chandra. "The Effect of Ewom, Digital Marke...	1%
Crossref	
Zhijian Huan, Xiaoli Xu, Huaizu Li. "The impact of service quality, satisfaction...	1%
Crossref	
Sriwahyuni Paembong, Adisty Shabrina Nurqamarani, Eddy Soegiarto. "PENG...	1%
Crossref	
Ni Luh Gede Eka Wintari, I Ketut Sutapa, Ni Wayan Mekarini. "PENGARUH PR...	1%
Crossref	
Vivi Sahfitri. "Penentuan Penerimaan Usulan Penelitian Internal Dosen Mengg...	1%
Crossref	
M Yahya Ahmad, Sherayati Undih Mohammad. "TINGKAT KEPUASAN KONSU...	1%
Crossref	
Rinty Azaria, Sudarma Widjaya, Maya Riantini. "SIKAP DAN KEPUASAN KONS...	1%
Crossref	
Patih Rinto Abadi, Muhammad Hanif. "Pengaruh Penggunaan Media Blog Ter...	1%
Crossref	

Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN..."	1%
Crossref	
Afria Perizky. "Analisis Pengaruh Experiental Marketing terhadap Kepuasan d..."	1%
Crossref	
Nik Haryanti, Diyanus Abdul Baqi. "Strategi Service Quality Sebagai Media Dal..."	1%
Crossref	
Rizki Zumarnis, Moch Irsad. "Pengaruh CAR (Capital Adequacy Ratio), NPL (..."	1%
Crossref	
Nandya Eka Sari, Teddy Oswari. "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ..."	1%
Crossref	
Magvira Alia, Nirwan Nirwan, Suardi Suardi. "PENGARUH KUALITAS LAYANA..."	1%
Crossref	
Ok Yoga Syah Putra, Sarinah Sihombing, Chaidir Tasran. "Pengaruh Pelayana..."	1%
Crossref	
Pipit Afifah. "STRATEGI PELAYANAN PADA INDUSTRI RITEL DALAM MEMPE..."	1%
Crossref	
Hendriyaldi Hendriyaldi. "PENGARUH STRES KERJA TERHADAP KINERJA KA..."	1%
Crossref	
Malikhatun, Jaka Waskito, Agnes Dwita. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kuliner..."	<1%
Crossref	
Waidatul Ilmi, Hendri Setiawan. "Pengaruh Program Customer Relationship M..."	<1%
Crossref	
Rosmeri br Bukit. "TINGKAT KEPUASAN IBU HAMIL TERHADAP PELAYANAN ..."	<1%
Crossref	

Nisa Novia Avien Christy, Dwi Widi Pratito. "PENERAPAN STRATEGI BAURAN ... <1%

Crossref

Ryan Aikas Priono Arianto. "Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan... <1%

Crossref

Evi Fitrianingrum, Gabriel Serani, Sabina Munah. "ANALISIS PROSES PEMBEL... <1%

Crossref

Nandah Zq, Nur Ana Febrianti Afmidi. "PERSPEKTIF DAN KEPUASAN NASABA... <1%

Crossref

Arum Wahyuni Purbohastuti. "The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON IND... <1%

Crossref

Karen Meike Mamahit. "ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA DINAS PE... <1%

Crossref

Endang Siswati Prihastuti, Syahril Daud. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN PE... <1%

Crossref

Asriani Asriani,, Sri Mintarti,, Saida Zainurossalamia ZA,. "Pengaruh Gaya Kep... <1%

Crossref

Rahayu Setianingsih, Dwi Dewisri Kinasih, Ikhbal Akhmad, Rian Rahmat Rama... <1%

Crossref

Sulastri Fazriah, Nor Norisanti, Kokom Komariah. "Millenials Lifestyle Phenom... <1%

Crossref

Rina Rosdiana, Tri Mahajani, Indri Yani, Rukmini Handayani. "SURVEI KEPUAS... <1%

Crossref

Makmur Makmur, Purwantoro Purwantoro, Yulfita Aini, Heffi Christya Rahayu, ... <1%

Crossref