turnitin

Similarity Report ID: oid:8135:43638960

PAPER NAME

fix jurnal dian.pdf

AUTHOR

ALFINA DIAN RATNA SARI

WORD COUNT

6275 Words

CHARACTER COUNT

41498 Characters

PAGE COUNT

20 Pages

FILE SIZE

1.3MB

SUBMISSION DATE

Sep 20, 2023 2:21 PM GMT+7

REPORT DATE

Sep 20, 2023 2:22 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

Summary

Dipindai dengan CamScanner

E-ISS : 2964-898X
P-ISSN : 2964-8750
Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)
FEB UNARS
Vol. 1, No. 1, Juli 2023 :

PENGARUH SERVICE QUALITY DAN KEPERCAYAANTERHADAP CUSTOMER RETENTION DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada MS Glow Cabang Situbondo)

Alfina Dian Ratna Sari *201913189@unars.ac.id*	Lita Permata Sari *litapermatasari@unars.ac.id*	Randika Fandiyanto *randika@unars.ac.id*
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo	Universitas Abdurachman Saleh Situbondo	Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

ABSTRACT

Marketing is an interconnected activity between companies and consumers as a system for generating profits, therefore having the right marketing strategy can improve it, especially as a means of promotion, in this case the development of MS Glow in Situbondo Regency. The purpose of this research is to analyze and test the influence of Service Quality and Trust on Customer Retention with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study at MS Glow Situbondo Branch. The sampling method was determined by probability sampling. Data analysis and hypothesis testing in the research used Structural Equation Models –Partial Least Square (PLS-SEM).

The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application show that service quality has a significant effect on customer satisfaction; Trust has a significant effect on customer satisfaction; Service quality has a significant effect on customer retention; Trust has no significant effect on customer retention; Customer satisfaction has a significant effect on customer retention; Service quality has a significant effect on customer retention through customer satisfaction; Trust has a significant effect on customer retentionthrough customer satisfaction

Keywords: Service quality, Trust, Customer satisfaction, Customer retention

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di zaman yang modern ini banyak menimbulkan kebutuhan manusia yang semakin berkembang. Tidak hanya kebutuhan pokok dan kebutuhan pangan saja, tetapi juga kebutuhan pribadi seperti perawatan pada tubuh dari ujung rambut hingga ujung kuku mulai diperhatikan dan dijadikan sebuah kebutuhan, kebutuhan itu disebut *Skincare.* Gunanya merawat diri bukan untuk orang lain tetapi untuk diri sendiri agar terlihat sehat dan lebih terawat apalagi di zaman sekarang yang perkembangannya semakin pesat banyak pelanggan yang menginginkan tubuh dan wajah yang sehat dan terawat serta membuat pelanggan semakin percaya diri dan lebih baik lagi. Dari fenomena tersebut, sekarang banyak sekali produk *skincare* yang diperjual belikan baik produk lokal maupun non lokal. Maka dari itu kita harus bijak dan pandai dalam memilih produk *skincare* seperti apa yang cocok dan aman kandungannya untuk jenis kulit yang sesuai dengan kebutuhannya.

Dipindai dengan CamScanner

Semakin marak dan meningkatnya produk *skincare* yang mengalami perkembangan dengan sangat pesat.Banyak pelaku usaha yang menjual produk *skincare*. Karena usaha tersebut memiliki peluang dan keuntungan yang menjanjikan. Sehingga muncul persaingan yang sangat ketat dalam usaha tersebut dan perusahaan harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Persaingan di dalam dunia pemasaran saat ini bisa dibilang sangat sulit sekali, karena banyaknya persaingan yang muncul dimana pelanggan yang dijadikan sebagai perhatian utama. Banyak informasi yang didapatkan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi saat ini, sehingga mempermudah mengetahui apa saja kebutuhan atau selera pelanggan untuk memenuhi kepuasannya. Oleh karena itu manajemen pemasaran sangat dibutuhkan untuk melakukan suatu riset atau sebuah penelitian, agar suatu kekurangan dalam pemasaran suatu usaha dapat diketahui.

MS GLOW ini merupakan bisnis yang bergerak pada bidang kecantikan yang dimulai dari tahun 2013. MS GLOW memproduksi piranti perawatan kulit dan tubuh atau *skincare*, *Body care* maupun kosmetik yang telah memperoleh sertifikat *Good manufacturing practice* atau GMP dari BPOM yang merupakan standar kualitas produksi, di samping sertifikat halal. MS GLOW memulai awal penjualannya melalui media *online* dan terus berkembang hingga memiliki banyak klinik Ms GLOW di Indonesia, bukan hanya klinik saja tetapi MS GLOW juga terus berkembang hingga mempunyai banyak agen atau member di berbagai kota di Indonesia. Menurut dari website museum rekor dunia Indonesia atau MURI MS GLOW ditetapkan menjadi produk kecantikan dengan jaringan penjualannya terbanyak pada 23 Agustus 2021, dimana MS GLOW memiliki jaringan penjualan melalui gerai maupun *daring* yang mencakup 78.147 titik. Menurut Compas pada websitenya menyampaikan MS GLOW menduduki peringkat pertama mengalahkan beberapa pesaing-pesaingannya dalam hal penjualan produk kosmetik di Indonesia. MS GLOW menduduki peringkat pertama dengan total penjualan mencapai 35,5 Miliar periode 1-18 Februari 2021 lalu.

Diketahui bahwa brand *Skincare* MS Glow mengalami penurunan penjualan pada tahun 2021. Penjualan produk MS GLOW menurut *Compas* pada bulan februari 2021 mengalami penurunan penjualan, MS GLOW hanya menjual kurang lebih 32.2 produk dengan persentase 20.3% untuk *Official store* sebesar dan 79.7% untuk *Non official store*. Hal ini menunjukkan bahwa produk MS Glow belum optimal dalam memberikan kontribusi terhadap retensi pelanggan (*Customer retention*) dalam artian mempertahankan pelanggan untuk membeli kembali produk perusahaan. Jika Perusahaan-perusahaan ingin unggul maka harus memiliki strategi dalam memenangkan persaingan, termasuk strategi dalam menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan, dan

Dipindai dengan CamScanner

mengelola pelanggan. *Customer retention* ialah proses yang membuat pelanggan setia terhadap perusahaan tertentu serta melakukan pembelian ulang atau menggunakan jasa kembali dari perusahaan yang dipercaya pelangan. Mempertahankan pelanggan jauh lebih menguntungkan bagi perusahaan dari pada mencari pelanggan baru (Danish dan Humayon,2015:29).

Customer retention dapat diartikan segala bentuk kegiatan dan aktifitas yang berkelanjutan dengan pelanggan.Dalam perkembangannya *Customer retention* tidak hanya sebagai tolak ukur untuk melihat tingkat Retensi dan kepuasan pelanggan tetapi bisa menjadi duta atau perwakilan perusahaan tersebut untuk membawa pelanggan-pelanggan baru. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer retention* yakni memaksimalkan dan memperbaiki kualitas pelayanan, meningkatkan keyakinan pelanggan akan sebuah produk, kualitas produk itu sendiri serta kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi sebuah produk.

Menurut Alma (2011:285) menyatakan "Kepuasan adalah fungsi dari *Perceived performance* dan *Expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan mendapat kepuasan". Sedangkan Tjiptono (2015:301) mengatakan bahwa Kepuasan pelanggan perasaan yaitu senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Ketika pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, besar kemungkinanakan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas pada produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul.Hal ini bisa diartikan bahwa kepuasan merupakan faktor bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar untuk meningkatkan volume penjualan.

Kepuasan pelanggan pada suatu produk maupun jasa sangat mempengaruhi Retensi pada pelanggan.Kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan mampu menciptakan sebuah citra yang baik bagi perusahaan. Sehingga perusahaan akan memiliki citra yang bagus dimasyarakat. Setiap pelanggan mempunyai kepuasan tersendiri terhadap suatu produk atau jasa yang digunakan.Jika suatu perusahaan berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga memberikan rasa puas kepada pelanggan dan dapat meningkatkan daya saing dengan keunggulan produk yang dimiliki tersebut. Karena pelanggan dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli kembali suatu produk atau loyal terhadap suatu produk cenderung melihat keunggulan produk atau jasa yang dimiliki sesuai keinginan pelanggan.

Kepuasan pelanggan saja tidak

Dipindai dengan CamScanner

cukup dalam perusahaan menciptakan retensi pelanggan.Dewasa ini kepercayaan yang dimiliki pelanggan juga sangat penting guna menciptakan retensi pelanggan. Salah satunya adalah kepercayaan terhadap merek. Kepercayaan tidak mudah diperoleh perusahaan dalam mengambil hati para pelanggannya. Dibutuhkan waktu yang tidak singkat untuk dapat menumbuhkan kepercayaan tersebut. Kepercayaan yang berhubungan dengan *customer retention* yang dalam hal ini adalah menyangkut *trust in a brand* (kepercayaan terhadap merek). Kepercayaan membantu mengurangi pengorbanan waktu serta risiko pelanggan terhadap merek akan produk atau jasa yang akan dipilihnya. Melalui kepercayaan terhadap merek, pelanggan tidak perlu mengeluarkan banyak waktu untuk memiliih merek produk atau jasa yang akan dipilihnya. Dengan kata lain, *trust in a brand* (kepercayaan terhadap merek) dapat menghilangkan keraguan pelanggan dalam memilih produk atau jasa.

Jika perusahaan memiliki pelanggan yang telah percaya terhadap mereknya maka besar kemungkinan produk atau jasa tersebut akan dicari kembali oleh pelanggannya. Oleh sebab itu, *trust in a brand* (kepercayaan terhadap merek) menjadi suatu faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam menciptakan retensi pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Yunie Mevia dkk (2022) yang menunjukkan ada pengaruh postif pada antara kepercayaan pelanggan dengan *Costumer retention.*

Kualitas pelayanan merupakan Suatu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang telah diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasaan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasaan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasaan

Dipindai dengan CamScanner

pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasaan pelanggan.

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuh kepuasannya.Kepercayaan pelanggan juga sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, oleh karena itu jika pelanggan sudah percaya terhadap suatu perusahaan maka bisa dinilai bahwa pelanggan sudah memiliki nilai kepuasan terhadap perusahaan.Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan suatu dia terima dan harapannya. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, rasa puas dapat diukur melalui tingkat menyenangkan atau tidaknya pelayanan tersebut setelah di berikan kepada orang lain. Karena menurut Malayu pelayanan yang baik dan benar adalah jika pelayanan diberikan secara cepat, tepat, adil, ramah dan menyenangkan bagi orang yang dilayani.

Berdasarkan observasi awal yang dilalakukan, peneliti melakukan penelitian di MS Glow Situbondo yang terletak di Jl. Raya Banyuwangi No. 132 Situbondo karena perusahaan ini merupakan salah satu Cabang MS Glow yang berada di Kabupaten Situbondo. Pada Observasi awal ditemukan pelanggan yang tetap membeli produk lebih dari satu kali di MS Glow Cabang Situbondo, namun ada juga pelanggan yang membeli produk MS Glow hanya satu kali saja dan tidak kembali untuk membeli produk MS Glow. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul " **Pengaruh *Service quality* dan Kepercayaan Terhadap *Customer retention* Dengan Kepuasaan pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada MS Glow Cabang Situbondo)"**

2. LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:5) "Pemasaran yaitu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan". Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2012:29) berpendapat bahwa "Pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul".

Pada dasarnya pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang maupun jasa tetapi juga meliputi kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan berusaha mempenganuhi konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk yang bernilai.Hal ini sangat penting bagi manajer pemasaran untuk memahami tingkah laku konsumen tersebut.Sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga,

Dipindai dengan CamScanner

mempromosikan dan mendistribusikan produk secara baik. Perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan seorang konsumen harus menyusun kebijakan produk harga promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan keadaan konsumen.Menurut Kotler dan Keller (2012:5) "Manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu di dalam pasar sasaran untuk menarik, menjaga juga meningkatkan konsumen dengan menciptakan, mengkomunikasikan dan menghantarkan kualitas konsumen yang unggul". Sedangkan menurut Suparyanto dan Rosad (2015:1) Mendefinisikan bahwa "Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencankan, mengatur dan mengelola program- program yang mencakup pengkonsepan, penepatan harga, promosi dan distribusi produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan serta memelihara pertukaran yang menguntungkan untuk pasar sasaran demi mencapai tujuan perusahaan".

Service Quality

Menurut Tjiptono (2016:157), "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi pelanggan". Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas Memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan karena dalam jangka panjang dari ikatan hubungan tersebut perusahaan dapat memahami harapan konsumen lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimumkan pengalaman yang menyenangkan. Pelayanan merupakan suatu sistem, prosedur yang diberikan untuk orang lain, pada hal ini kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapan pada tingkat persepsi mereka.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:284), mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa meliputi :

1. *Tangibles* atau berwujud.

Yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan suatu eksistensinya kepada pihak eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana, bukti fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, toilet, musholla, tempat parkir, tempat mengisi daya handphone dan wifi.

2. *Reliability* atau keandalan.

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa adanya suatu kesalahan, sikap yang simpatik serta akurasi yang tinggi. Seperti: memberikan jasa dengan benar saat pertama dan karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen.

3. *Responsiveness* atau ketanggapan.

Dipindai dengan CamScanner

Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Seperti: pelayanan tepat waktu bagi konsumen, kesediaan untuk membantu konsumen dan kesiapan untuk merespon permintaan konsumen.

4. *Assurance* atau jaminan.

Yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Seperti: karyawan menanamkan keyakinan pada konsumen, membuat konsumen merasa aman saat melakukan transaksi dan karyawan yang sopan.

5. *Empathy* atau empati.

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat *individual* atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupa memahami keinginan konsumen di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Seperti: memberikan perhatian pribadi kepada konsumen, karyawan yang menghadapi konsumen dengan penuh perhatian dan karyawan memahami kebutuhan konsumen.

Kepercayaan

Menurut Sumarwan, "kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu". Mowen dan Minor mendefiniskan, "kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya". Sopiah (2013) Kepercayaan masyarakat dibentuk oleh masyarakat sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan memiliki kekuatan untuk membentuk kepercayaan. Ketika seseorang mengambil keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang- orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai. Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Zatman (2012) seperti dikutip oleh Dharmmestha :"Mendefinisikan *trust* sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut, kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki individu bahwa kata-kata yang muncul dari pihak lainnya dapat diandalkan. Kepercayaan adalah percaya dan memiliki keyakinan terhadap *partner* dalam hubungan".

Indikator Kepercayaan

Menurut Lau & Lee (dalam Anik dan Putri, 2014) ada 3 faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap merek (*trust in brand*). Ketiga faktor tersebut adalah :

Dipindai dengan CamScanner

1) Karakteristik merek (*Brand characteristic*) mempunyai peran yang sangat penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu merek. Hal ini disebabkan oleh konsumen melakukan penilaian sebelum membeli. Karakteristik merek yang berkaitan dengan kepercayaan merek meliputi dapat meningkatkan kepercayaan, mempunyai reputasi, dan kompeten.

2) Karakteristik perusahan (*Company characteristic*) yang ada dibalik suatu merek juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Pengetahuan konsumen tentang perusahaan yang ada dibalik merek suatu produk merupakan dasar awal pemahaman konsumen terhadap merek suatu produk. Karakteristik ini meliputi reputasi suatu perusahaan, motivasi perusahaan yang diinginkan, dan integritas suatu perusahaan. Karakteristik konsumen-merek (*Consumer-brand characteristic).*

3) *Consumer-brand characteristic* merupakan merupakan dua kelompok yang saling mempengaruhi. Oleh sebab itu, karakteristik konsumen-merek dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap merek. Karakteristik ini meliputi kemiripan antara konsep emosional konsumen dengan kepribadian merek, kesukaan terhadap merek, dan pengalaman terhadap merek.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya Kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci untuk mempertahankan konsumen. Cara mengetahui tingkat kepuasan konsumen adalah dengan metode wawancara dan memberikan kuesioner sehingga dapat diketahui tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang telah diterima dan dirasakannya. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa belum puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Menurut Tjiptono (2015:301) "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya".

Menurut Kotler dan Keller (2012:196) "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkan".Jika berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan puas atau senang. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka yang dimaksud dengan Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh

Dipindai dengan CamScanner

dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, sedangkan jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa kecewa
.

Indikator Kepuasan konsumen

Menurut teori Tjiptono (2014:101), berikut adalah indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan. Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirahasiakan oleh konsumen.
2. Minat BerkunjungKembali. Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan Merekomendasikan. Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

***Customer Retention* atau Retensi pelanggan**

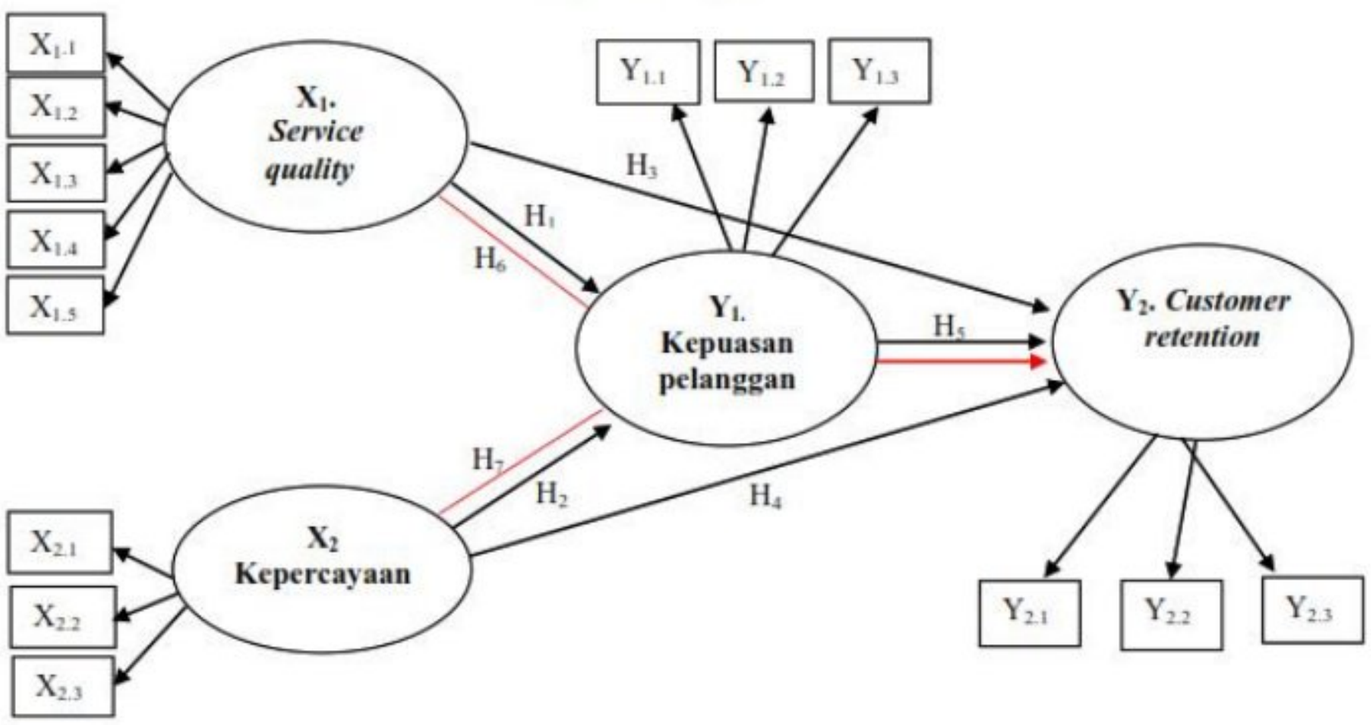
Retensi pelanggan adalah sebagai kecenderungan masa depan pelanggan untuk tetap menggunakan barang atau jasa yang sama dalam waktu yang lama, Ranaweera dan Prabhu dalam (Danesh, Nasab & Ling, 2012). Menurut Gerpott, Rams and Schindler (dalam Khan, 2012) mengatakan "retensi adalah kesinambungan hubungan bisnis antara pelanggan dan perusahaan". Menurut Anderson & Mittal (dalam Bramulya et al., 2016) mengatakan bahwa retensi pelanggan adalah koneksi antara Retensi pelanggan dan profitabilitas Sedangkan, menurut Buttle (dalam Bramulya et al., 2016) mengungkapkan bahwa retensi pelanggan merupakan bentuk Retensi yang berhubungan dengan perilaku (*Behavioral loyalty*) yang diukur berdasarkan perilaku beli konsumen yang ditunjukkan dengan tingginya frekuensi konsumen membeli suatu produk. Sementara itu, Retensi lebih mengacu pada sikap (*Attitudinal loyalty*) yang diukur berdasarkan komponen-komponen sikap, keyakinan, perasaan, dan kehendak untuk melakukan pembelian.Hal ini juga disampaikan oleh Ennew dan Binks (dalam Bramulya et al., 2014) bahwa Retensi dan retensi merupakan hal yang berbeda. Para peneliti tersebut percaya bahwa Retensi adalah attitudinal construct atau berhubungan dengan sikap pelanggan terhadap perusahaan danretensi merupakan behavioral construct atau berhubungan dengan perilakunya terhadap perusahaan.

Indikator *Customer Retention* atau Retensi pelanggan

1) Kemungkinan pelanggan berpindah ke produk lain dalam jangka waktu tigabulan ke depan.
2) Kemungkinan pelanggan berpindah ke produk lain dalam jangka waktu enam bulan ke depan.
3) Kemungkinan pelanggan berpindah ke produk lain dalam ajngka waktu satutahun ke depan.

Dipindai dengan CamScanner

Gambar 1
Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian

Menurut Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa "Uji hipotesis pada dasarnya guna mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian apakah memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak. Uji hipotesis 53 dilakukan guna menunjukkan seberapa dalam variabel yang dipengaruhi atau mempengaruhi".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 boostraping sehingga diperoleh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh secara langsung. Signifikansi dalam uji hipotesis dapat melalui variabel mediasi maka disebut juga dengan pengaruh secara tidak langsung.

H1 : Diduga terdapat hubungan positif antara Service quality terhadap Kepuasan pelanggan.

H2 : Diduga terdapat hubungan positif antara Kepercayaan terhadap Kepuasan pelanggan.

H3 : Diduga terdapat hubungan positif antara Service quality terhadap Customer retention.

H4 : Diduga Terdapat hubungan positif antara Kepercayaan terhadap Customer retention.

H5 : Diduga terdapat hubungan positif antara Kepuasan Pelanggan terhadap

H6 : Diduga terdapat hubungan positif antara Service quality terhadap Customer retention rnelalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening

H7 : Diduga terdapat hubungan positif antara Kepercayaan terhadap Customer retention rnelalui Kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening.

3.METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017:2) mengemukakan bahwa "Metode penelitian adalah metode penelitian

Dipindai dengan CamScanner

yang pada dasamya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Penelitian ini merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh jawaban serta penjelasan mengenai sesuatu yang diamati.Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan deskriptif.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) mengatakan bahwa 'Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".Populasi yaitu jumlah seluruh objek atau individu yang mempunyai karakteristik tertentu serta jelas dan lengkap untuk diteliti.Setelah melakukan observasi serta wawancara kepada pihak MS Glow Cabang Situbondo.

Sampel yang dipiilih harus segala karakteristik yang dimiliki populasi sehingga menunjukkan sampel yang dipilih dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenamya atau 39 mewakili (Representative), penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling.

Adapun kriteria pengukuran output Partial Least Square (PLS) dapat diketahui sebagai berikut :

a. Original sample secara positif maka dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara signifikan.

b. Jika nilai P Value lebih besar dari 0,05 maka tidak dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara secara signifikan.

c. Jika nilai P Value lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara signifikan.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu faktor penting, karena perhitungan dilakukan berdasarkan data yang diperoleh. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1) Observasi
2) Study pustaka
3) Wawancara
4) Kuesioner
5) Dan dokumentasi

Metode Analisis Data

Uji Validitas Konvergen

Menurut Ghozali dan Latan (2015:74) "Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya kuesioner. Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Pengukuran ini dilakukan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan atas konstruksi teoritis masing-masing variabel penelitian".

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dan Latan (2015:75) menyatakan bahwa 'Reliabilitas sebenamya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk". Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pemyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil

Dipindai dengan CamScanner

dari waktu ke waktu. Mengukur suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013: 160) menyatakan bahwa "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal". Uji normalitas dapat dilakukan sebelum data yang ingin di olah berdasarkan model penelitian tersebut diajukan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang akan dianalisis terhadap variabel bebas danterikat apakah berdistribusi secara normal atau melanggar.

Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018: 107) mengemukakan bahwa 'Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen.Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen".Model persamaan struktural yang baik apabila tidak terjadi korelasi antara variabel bebas satu dengan yang lainnya, apabila terjadi korelasi maka variabel lainnya tidak otogonal. Variabel otogonal merupakan variabel bebas penelitian yang korelasi antar sesama variabel bebas sama hasilnya sama dengan nol.

Uji *Goodness Of Fit* (GOF)

Uji Goodness of Fit (GOF) adalah uji kesesuaian yang dilakukan terhadap model atau metode yang digunakan dalam penelitian. Uji ini berfungsi untuk menghasilkan indikasi suatu perbandingan antara model yang dispesifikasi melalui matrik kovarian dengan indikator atau variabel observasi. Menurut Latan (2013 :49)" Jika *Goodness of Fit* yang dihasilkan baik, maka model tersebut dapat diterima dan sebaliknya jika *Goodness of Fit* yang dihasilkan buruk, maka model tersebut hams ditolak atau dilakukan modifikasi model".

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa 'Ujj koefisien determinasi secara umum merupakan analisis dalam mengukur persamaan struktural dengan melihat nilai *R-Square*. Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini melihat hubungan antara konstruk variabel bebas dan variabel terikat setelah mengatahui hasil hipotesis. Uji koefisien determinasi untuk mengetahui suatu nilai seberapa besar *R-Square* pada variabel terikat, apabila nilai *R-Square* mengalami perubahan maka dapat diketahui seberapa dalam pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis Persamaan structural (*innermodel*)

Menurut Ghozali (2018:36) mengemukakan bahwa "Analisis persamaan struktural adalah nilai koefisien regresi dengan tujuan guna menguji korelasi antar variabel terikat dengan data variabel yang dikumpulkan '. *Inner model* dapat dianalisis dengan menggunakan sistem *boostraping* melalui program Smart PLS 3.0 maka dapat

Dipindai dengan CamScanner

ditemukan persamaan nilai koefisien regresi dengan menggunakan dua sistem output adalah *Path coefficient* dan *Specific indirect effects*.

Persamaan struktural

Hasil uji statistik menggunakan SMART PLS 3.0 tersebut, selanjutnya dapat dijabarkan kedalam persamaan struktural inner model sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y_2 = a + b_3X_1 + b_4X_2 + e$$

$$Y_2 = a + b_5Y_1 + e$$

Hasil persamaan linier menggunakan variabel intervening

$$Y_2 = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e$$

Keterangan :

Y_1 : Kepuasan konsumen

Y_2 :Retensi pelanggan

a : Nilai konstanta

by, b, : Nilai dari koefisien regresi kualitas pelayanan

b, b, : Nilai dari koefisien regresi fasilitas

b, : Nilai dari koefisien regresi kepuasan konsumen

X : Kualitas pelayanan

X : Fasilitas

e : error

Uji Hipotesis penelitian

Menurut Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa "Uji hipotesis pada dasamya guna mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian apakah memiliki pengaruh secara signifikan atau tidak. Uji hipotesis 53 dilakukan guna menunjukkan seberapa dalam variabel yang dipengaruhi atau mempengaruhi".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 boostraping sehingga diperoleh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh secara langsung. Signifikansi dalam uji hipotesis dapat melalui variabel mediasi maka disebut juga dengan pengaruh secara tidak langsung.

Adapun kriteria pengukuran output Partial Least Square (PLS) dapat diketahui sebagai berikut :

a. Original sample secara positif maka dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara signifikan.

b. Jika nilai P Value lebih besar dari 0,05 maka tidak dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara secara signifikan.

c. Jika nilai P Value lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa berpengaruh secara signifikan.f

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas konvergen (*outer loading*)

Uji Validitas Konvergen (AVE)

Variabel Penelitian	*Average Varian Extracted (AVE)*	Keterangan
X_1. Kualitas pelayanan	0.743	Valid
X_2. Kepercayaan	0.754	Valid
Y_1. Kepuasan konsumen	0.720	Valid
Y_2. Retensi pelanggan	0.760	Valid

Sumber : Lampiran 5, Tahun 2023

Berdasarkan pada Tabel 11 hasil analisis menunjukkan nilai *Average Varian Extracted (AVE)* diatas 0,5 (angka berwama hijau), maka tidak ada item yang dikeluarkan. Hasil

Dipindai dengan CamScanner

dari pengujian menunjukkan seluruh item dari *instrument* dinyatakan valid untuk uji validitas konvergen.

Uji Reliabilitas

Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* hams lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yangbersifat *exploratory*. nilai semua variabel dalam pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach*'s *Alpha* nilainya > 0.70,Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel yang diujikan reliabel, sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Hasil Uji Normalitas

Indikator	*Excess Kurtosis*	*Skewness*	Keterangan
$X_{1.1}$	-0.785	-0.307	Normal
$X_{1.2}$	-1.077	-0.252	Normal
$X_{1.3}$	-1.076	-0.330	Normal
$X_{1.4}$	-1.260	-0.199	Normal
$X_{1.5}$	-1.252	-0.256	Normal
$X_{2.1}$	-1.217	-0.158	Normal
$X_{2.2}$	-1.028	-0.046	Normal
$X_{2.3}$	-1.191	-0.138	Normal
$Y_{1.1}$	-1.295	-0.241	Normal
$Y_{1.2}$	-1.011	-0.316	Normal
$Y_{1.3}$	-0.642	-0.320	Normal
$Y_{2.1}$	-1.137	-0.342	Normal
$Y_{2.2}$	-1.101	-0.402	Normal
$Y_{2.3}$	-1.272	-0.107	Normal

Sumber : Lampiran 7, Tahun 2023

maka dapat diartikan bahwa sebaran data seluruh indikator tersebut berdistribusi normal.

Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi diternukan adanya korelasi antar variabel bebas *(independen)* (Ghozali,2018:107). Uji rnultikolinieritas dapat dilakukan dengan rnelihat nilai ***CollinierityStatistics*** **(VIF)** pada ***"Inner VIF Values"*** pada hasil analisis aplikasi *partial leastsquare Smart* PLS 3.0.dalarn skripsi disajikan 'Tabel 14 Uji Asurnsi Klasik Multikolinieritas"

Uji Goodness Of Fit (GOF)

Hasil Uji *Goodness of Fit* (GOF)

	Saturated Model	*Estimated Model*	*Cut Off*	Keterangan Model
SRMR	0.083	0.083	< 0,09	Baik
Chi-Square	411.209	411.209	Diharapkan kecil	Baik
NFI	0.688	0.688	> 0,05 (mendekati angka 1)	Baik

Sumber : Lampiran 8, Tahun 2023

Uji Goodness of Fit (GOF) pada dapat disimpulkan bahwa besamya SRMR, Chi-Square dan NFI telah memenuhi kriteria yang diharapkan. Selain itu, tingkat probalitas dari model tersebut signifikan sebesar 0,524 (p >0.05) sehingga model yang dianalisis telah memenuhi kriteria model yang baik atau sesuai

Uji Koefisien Determinasi

Pada output R-Square, Hasil uji

a. Variabel Kualitas pelayanan (X) dan Kepercayaan (X) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y;) sebesar 0,675 (67,5%) pengaruhnya tinggi atau kuat, sedangkan sisanya 32,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

b. Variabel Kualitas pelayanan (X;) dan Kepercayaan (X) mempengaruhi Retensi pelanggan (Y») sebesar 0,807 (80,7%) pengaruhnya tinggi atau kuat, sedangkan sisanya 19,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (Innermodel)

Hasil uji statistik menggunakan SMART PLS 3.0 tersebut, selanjutnya dapat dijabarkan kedalam persamaan struktural inner model sebagai berikut :

Dipindai dengan CamScanner

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 0{,}370X_1 + 0{,}494X_2 + e$$

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + e$$

$$= 0{,}445X_1 + 0{,}129X_2 + e$$

$$Y_2 = b_5Y_1 + e$$

$$= 0{,}392Y_1$$

Hasil persamaan linier menggunakan variabel intervening

$$Y_2 = a + b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e$$

Persarmaan linier tersebut rnenunjukk:an arti dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

b_1 (0,370) : Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X) untuk uji pengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y), artinya kenaikan variabel Kualitas pelayanan sebesar 1 (satu) satuan, rnaka Kepuasan konsurnen rneningkat 0,370 dengan asurnsi variabel lain (Kepercayaan) nilainya konstan.

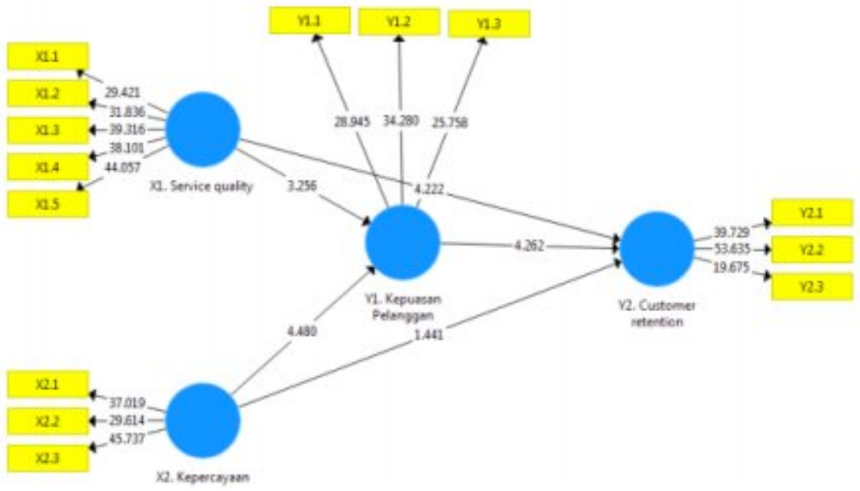
b_2 (0,494) : Koefisien regresi Kepercayaan (X) untuk uji pengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y;), artinya kenaikan variabel Kepercayaan konsurnen sebesar 1 (satu) satuan, rnaka Kepuasan konsurnen rneningkat sebesar 0,494 dengan asurnsi variabel lain (Kualitas pelayanan) nilainya konstan.

b_3(0,445) : Koefisien regresi Kualitas pelayanan (Xl) untuk uji pengaruh terhadap Retensi pelanggan (Y2), artinya kenaikan variabel Kualitas pelayanan sebesar l (satu) satuan, rnaka Retensi pelanggan rneningkat sebesar 0,445, dengan asurnsi variabel lain (Kepercayaan konsurnen) nilainya konstan.

b4(0,129):Koefisien regresi Kepercayaan konsumen (X2) untuk uji pengaruh terhadap Retensi pelanggan (Y2), artinya Kepercayaan konsurnen sebesar l (satu) satuan, rnaka Retensi pelanggan rneningkat 0,129 dengan asurnsi variabel lain (Kualitas pelayanan) nilainya konstan.

b_5(0,392):Koefisien regresi Kepuasan konsumen (Yl) untuk uji pengaruh terhadap Retensi pelanggan (Y2), artinya kenaikan variabel Kepuasan konsurnen sebesar l (satu) satuan, rnaka Retensi pelanggan rneningkat sebesar 0,392.

Uji Hipotesis Penelitian



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan apk SMART PLS 3.0

Dipindai dengan CamScanner

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

	Original Sample (O)	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistics (O/STDEV)*	*P Values*
X_1. Service quality -> Y_1. Kepuasan Pelanggan	0.370	0.372	0.114	3.256	**0.001**
X_1. Service quality -> Y_2. Customer retention	0.445	0.461	0.105	4.222	**0.000**
X_2. Kepercayaan -> Y_1. Kepuasan Pelanggan	0.494	0.496	0.110	4.480	**0.000**
X_2. Kepercayaan -> Y_2. Customer retention	0.129	0.125	0.090	1.441	**0.150**
Y_1. Kepuasan Pelanggan -> Y_2. Customer retention	0.392	0.379	0.092	4.262	**0.000**

Berdasarkan diatas, selanjutnya hasil uji hipotesis disajikan sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,370) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.001 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X;) berpengaruh positif dan signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis ke I diterima. Berdasarkan hasil pengujian maka meningkatnya Kualitas Layanan mempengaruhi pada Kepuasan Konsumen. Kualitas layanan yang di terapkan oleh MS Glow khususnya oleh pegawai MS Glow berpengaruh baik terhadap kepuasan konsumen. Kualitas Pelayanan Di MS Glow sangat terbuka terhadap pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan kepada konsumen Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Pramitasari,T.D, dkk. (2022) dan Noer, A.R (2022) dan *et al* Fandiyanto,R. (2022).

Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,494) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.000 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan konsumen (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y1), dengan demikian hipotesiske 2 diterima. Berdasarkan hasil pengujian maka meningkatnya kepercayaan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen.Kepercayaan yang didapatkan oleh MS Glow berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.Hal ini bisaterjadi karena konsumen puas terhadap produk dan layanan MS Glow KC Situbondo, kepuasan dapat ditentukan apabila konsumen mendapatkan sesuatuyang diinginkan sesuai. Kepercayaan MS Glow yang di promosikan sesuai, Sehingga para konsumen tertarik untuk memebeli produk MS Glow yang membuat para Konsumen puas Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuanpenelitian terdahulu oleh Pramitasari,.D, dkk.(2022) menyatakan bahwa Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen

Kualitas Pelayanan terhadap Retensi pelanggan. Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,445) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.000 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Retensi pelanggan (Y2), dengan demikian hipotesis ke 3 diterima. Berdasarkan hasil pengujian maka meningkatnya kualitas layanan dapat mempengaruhi terhadap Retensi pelanggan yang dibuktikan dengan adanya pemberian kualitas pelayanan

Dipindai dengan CamScanner

yang baik maka akan meningkatkan konsumen ataupun dapat lebih membuat konsumen merasa lebih tertarik. Kualitas yang bagus, terjamin dan lain-lain dapat mempertahankan suatu pelanggan MS Glow. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Nisa, K, dkk (2022)

Kepercayaan Konsumen terhadap Retensi pelanggan Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,129) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.150 (> 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan konsumen (X) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Retensi pelanggan (Y3), dengan demikian hipotesis ke 4 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian maka meningkatnya kepercayaan dapat mempengaruhi Retensi pelanggan. Jika kepercayaan konsumen sudah didapatkan maka konsumen akan loyal terhadap perusahaan yang sudah dipercaya, sebaliknya jika konsumen belum percaya terhadap perusahaan maka konsumen dapat dinyatakan tidak akan loyal terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Anugrah, D.P,dkk. (2023) menyatakan bahwa Kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap Retensi pelanggan dalam pembelian produk kembali.

Kepuasan pelanggan terhadap Retensi pelanggan Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,392) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.000 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan konsumen (Y1) berpengaruh signifikan terhadap Retensi pelanggan (Y3), dengan demikian hipotesis ke 5 diterima. Berdasarkan hasil pengujian maka jika Kepuasan pelanggan meningkat maka Retensi pelanggan juga akan meningkat dan juga sebaliknya. Kepuasan pelanggan pada produk Ms Glow merupakan langkah awal untuk menjadikan konsumen sebagai konsumen tetap yang kembali membeli produk perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Anugrah, D.P,dkk. (2023) yang menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Retensi pelanggan daларn pernbelian produk kernbali.

Uji hipotesis penelitian pengaruh tidak langsung / uji melalui intervening variabel

Uji Hipotesis Penelitian

	Original Sample (O)	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistics (|O/STDEV)*	*P Values*
X_1. Service quality -> Y_1. Kepuasan Pelanggan -> Y_2. Customer retention	0.145	0.140	0.051	2.819	**0.005**
X_2. Kepercayaan -> Y_1. Kepuasan Pelanggan -> Y_2. Customer retention	0.194	0.189	0.065	2.978	**0.003**

Sumber : Lampiran 9, Tahun 2022

Kualitas pelayanan Terhadap Retensi pelanggan Melalui Kepuasan konsumen Hasil uji hipotesis keenarn dengan rnengacu pada nilai original sample yaitu positif (0, 145) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.005 (< 0,05), rnaka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif signifikan mempengaruhi Retensi pelanggan (Y2) melalui Kepuasan konsumen (Y), dengan dernikian hipotesis ke 6 diterima. Hal ini kualitas layanan berperan penting terhadap Retensi pelanggan dan Kepuasan pelanggan, jika

Dipindai dengan CamScanner

kualitas layanan yang diterirna oleh konsurnen kurang baik rnaka tidak akan terjadi kepuasan dan selanjutnya jika konsurnen tidak puas dengan pelayanan yang diterirna rnaka konsurnen tentu tidak akan kernbali rnernbeli produk perusahaan.

Kepercayaan konsumen Terhadap Retensi pelanggan Melalui Kepuasan konsumen Retensi pelanggan (Y) melalui Kepuasan konsumen (Y;) Hasil uji hipotesis ketujuh dengan rnengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,194) dan nilai P Value yaitu sebesar 0.005 (< 0,05), rnaka dapat disirnpulkan bahwa Kepercayaan konsumen (X) secara signifikan mempengaruhi Retensi pelanggan (Y) melalui Kepuasan konsumen (Y), dengan demikian hipotesis ke 7 diterima. Jika konsurnen sudah rnendapatkan kepuasan rnaka konsurnen akan kernbali lagi terhadap perusahaan. Jika konsurnen sudah kernbali lagi terhadap perusahaan rnaka konsurnen akan terus tetap rnenjadi konsurnen. Dengan dernikian variabel Kepercayaan signifikan pengaruhnya terhadap Retensi pelanggan dan Kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pernbahasan yang telah diuraikan pada penelitian ini rnaka dapat ditarik beberapa kesirnpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Service quality berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan pelanggan : (H diterima).
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan pelanggan; (H» diterima).
3. Service quality berpengaruh signifikan positif terhadap Customer retention; (H, diterima).
4. Kepercayaan berpengaruh positif narnun tidak signifikan terhadap Customer retention; (H4 ditolak).
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap Customer retention; (H, diterima).
6. Service quality berpengaruh signifikan positif terhadap Customer retention melalui Kepuasan pelanggan; (H diterima).
7. Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap Customer retention

Berdasarkan hasil kesirnpulan yang telah diuraikan, rnaka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertirnbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang akan dituliskan adalah sebagai berikut :

1. **Bagi MS Glow Cabang Situbondo**

Kepercayaan dapat mempengaruhi tingkat retensi pelanggan melalui bukti fisik mendapatkan penilaian paling tinggi, maka diharapkan MS Glow Cabang Situbondo lebih meningkatkan kepercayaan pada konsumen. Jika kepercayaan konsumen

Dipindai dengan CamScanner

sudah didapatkan maka konsemuen akan loyal perhadap perusahaan yang sudah dipercaya sehingga retensi pelanggan dalam pembelian produk kembali akan meningkat.

2. **Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo**

Hasil penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentangmanajemen pemasaran, yang selanjutnya dapat menambah pengetahun dan informasi bagi sivitas akademika tentang pentingnya penggunaan variabel Kualitas pelayanan, Kerpcayaan dan Kepuasan konsumen dalam miningkatkan Retensi pelanggan.

3. **Bagi Peneliti Lainnya**

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

Daftar Pustaka

Alma,B. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.Bandung:

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

Cahyo Alex septian tri. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen. Skripsi.Situbondo : Universitas Abdurachman Saleh.

Ghozali, I dan Ratmono, D. 2013.Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I dan Latan, H. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Semarang: BP Undip

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P dan Amstrong, G 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12.penerbit Erlangga.

. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Kotler, P dan Keller,K.L. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

Lestariningsih, Titin. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Banyuwangi.Jurnal Manajamen Teori dan Terapan: Volume 14 No. 3, 298-323

Nurhadi,.& Azis, Asriel. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kesetiaan Konsumen.Jurnal Economia: Volume 14 No. 1, 89-98. Diakses 19 Februari

Dipindai dengan CamScanner

2022, dari Universitas Negeri Yogyakarta.

Nindiani, dkk. (2018). Product And Service Quality Analysis; An Emprical Study Of Customer Satisfaction In A Bakery. Binus Business Review: Volume 9(2). 95-103.

Prananda dkk. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk

Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. Jurnal Optimasi Sistem Industri:Volume 12 No. 1, 1-11. Diakses 19 Februari 2022, dari UPN VeteranYogyakarta

Fandiyanto, R. Karnadi. Dan Umam, R. (2022). "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada LL Parfum Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UNARS. Vol. 1 No.11.

Dipindai dengan CamScanner

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	Rinty Azaria, Sudarma Widjaya, Maya Riantini. "SIKAP DAN KEPUASAN... Crossref	<1%
2	Syaikhul Falah. "PENGARUH CREATIVE PSYCHOLOGY CAPITAL MEME... Crossref	<1%
3	Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ... Crossref	<1%
4	Yudi Uni Fiandi, Sudirman Sudirman, Marzuki Marzuki. "KUALITAS LAY... Crossref	<1%
5	Yusi Landari, Meitiana Meitiana, Ina Karuehni. "Pengaruh Dimensi Kuali... Crossref	<1%
6	Afria Perizky. "Analisis Pengaruh Experiental Marketing terhadap Kepu... Crossref	<1%
7	Agus Hariyanto, Ari Susanti. "Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Ha... Crossref	<1%
8	Alfa Vivianita. "PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, ... Crossref	<1%
9	Heriyanto, Eddy Soegiarto K, dan Selviana Meikayanti. "PENGARUH PR... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

10	Herlina Herlina, Lila Muliani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and B... Crossref	<1%
11	I Wayan Suartina, Anak Agung Ngurah Sadiartha, Ni Nyoman Rahayu Di... Crossref	<1%
12	Lita Yarlina. "Evaluasi Kinerja Pelayanan Penumpang di Bandar Udara ... Crossref	<1%
13	M. Rifki Bakhtiar, Puji Setya Sunarka. "FAKTOR-FAKTOR PENINGKAT ... Crossref	<1%
14	Mochammad Faisal Fadli. "Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan ... Crossref	<1%
15	Ni Komang Pani Yudiadari, Made Dian Putri Agustina. "Pengaruh Kualit... Crossref	<1%
16	ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KU... Crossref	<1%
17	Reksa Jayengsari. "BRANDING DALAM STRATEGI MARKETING KERIPI... Crossref	<1%
18	Salamatun Asakdiyah. "Membangun Komitmen Pelangan Melalui Kuali... Crossref	<1%
19	Yateno Yateno. "INTELLECTUAL CAPITAL IMPACT PADA FINANCIAL P... Crossref	<1%
20	Yunalysa Wongso, Nanis Susanti, I.B. Cempena. "The Effect of Marketi... Crossref	<1%
21	Harjoni Desky, Rina Murinda, Razali Razali. "Pengaruh Persepsi Keama... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

22	Herlina Novita, Alex Candra Situmorang. "Pengaruh Net Profit Margin, ... Crossref	<1%
23	Irpan Saepuloh, Widiana Indah Permata. "Peranan Kualitas Layanan da... Crossref	<1%
24	Nurfadila Nurfadila, Maskuri Sutomo, Asriadi Asriadi. "PENGARUH CIT... Crossref	<1%
25	William Widjaja, Marco Ashadi, Verina Cornellia. "Budaya Kerja WFH di ... Crossref	<1%
26	Abdul Wakil. "KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG SECARA ONLINE DITI... Crossref	<1%
27	Anggi Tiara Novira, Reni Oktavia, Yuztitya Asmaranti. "PENGARUH KO... Crossref	<1%
28	Ayoung Megantara, Widiana Indah Permata. "Peranan Promosi dan Ke... Crossref	<1%
29	Erisa Deliyani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN T... Crossref	<1%
30	Fuad Reza Umar Fuad, Willem J. F. A. Tumbuan, Hendra N. Tawas. "FA... Crossref	<1%
31	Hery Purnomo, Rino Sardanto, Basthoumi Muslih. "SIGNIFIKANSI HAR... Crossref	<1%
32	Madya Andriane, Herlina Susmaneli. "Hubungan Kualitas Pelayanan ke... Crossref	<1%
33	Meilena Sarmilasari. "Sikap dan Kepuasan Pengguna Sistem Perbenda... Crossref	<1%

Dipindai dengan CamScanner

34	Rahmah Esti Utami, Ida Bagus Nyoman Udayana. "Pengaruh Dampak ... Crossref	<1%
35	Sulviandani Sulviandani, Syamsul Bachri, Rahmat Mubaraq. "PENGARU... Crossref	<1%
36	Ahmad Tabrani, Gian Sumarna, Mitha Permatasari. "Pengaruh Kualitas ... Crossref	<1%
37	Eka Buana Putri, Durotun Nasikah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga D... Crossref	<1%
38	Listya Istiningtyas, Lukmawati Lukmawati. "Tracer study of the psychol... Crossref	<1%
39	Ni Luh Ayu Ghitaswari, Elimawaty Rombe, Ponirin Ponirin. "PENGARUH... Crossref	<1%
40	Novi Shintia, Muhammad Teguh Nuryadin, Waldi Anwar. "PENGARUH B... Crossref	<1%
41	Rafiuddin Ibrahim. "RELASI ETIKA ISLAM DAN CUSTOMER RETENTION... Crossref	<1%
42	Yunita Aprilia, Sonja Andarini. "Pengaruh Product Quality dan Brand Tr... Crossref	<1%
43	...[illegible] Crossref	<1%
44	Aprielia Winata, Budi Prabowo. "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas... Crossref	<1%
45	Dendi Wijaya, Retno Endah Supeni, Yusron Rozzaid. "Citra Merek, Kepe... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

46	Fendy Maradita, Mega Susilawati. "Pengaruh Suasana, Kualitas Makan... Crossref	<1%
47	Musyarofah Musyarofah, Hanari Fajarini, Rifqi Ferry Balfas, Efi Dence. "... Crossref	<1%
48	Putri Dwi Cahyani, Adhika Alvianto. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualit... Crossref	<1%
49	Derezky Elvaberta Djami, Sintaria Sembiring. "An analysis of the Influen... Crossref	<1%
50	Dewi Dewi, Chalil Chalil, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARUH KU... Crossref	<1%
51	Hamka Hamka. "Pengaruh trust in a brand terhadap brand loyalty pada... Crossref	<1%
52	Kalcum Patiro, Tri Oldy Rotinsuluu, George M.V. Kawung. "ANALISIS P... Crossref	<1%
53	Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALI... Crossref	<1%
54	Wahid Aldi Rinanto, Puspita Romadhona. "Analisis Kepuasan Konsume... Crossref	<1%
55	Yohana Angel Chrestina, Marjam Desma Rahadhini, Untung Sriwidodo. ... Crossref	<1%
56	Agus Sutrisno, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Analisis Kualitas Pelayanan ... Crossref	<1%
57	Asep Afandi. "ANALISA PENGARUH DIMENSI KUALITAS WEBSITE TER... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

58	Gabriella Pingkan Larasati Prasetya, Awan Santosa. "Good Corporate G... Crossref	<1%
59	Kadek Ardiana, I Nyoman Sudiarta, Putu Eka Wirawan. "Pengaruh Harg... Crossref	<1%
60	Larasati Hazairin, Novi Berliana, H. Parman Parman. "Analisis Kualitas ... Crossref	<1%
61	Rahmat Taufik Dwi Jatmika, Syarifudin Hidayat. "PENGARUH BAURAN ... Crossref	<1%
62	Vicky Desna Adi Lelono, Resista Vikaliana. "Pengaruh Antrian Dan Kual... Crossref	<1%
63	Fitriani Nasution, Rani Febriyanni, Endah Retno Suci, Irma Sari Ramadh... Crossref	<1%
64	Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, Taufiq Anshori. "Pengaruh Keung... Crossref	<1%
65	Kukuh Winarso, Moh. Jufriyanto. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN IN... Crossref	<1%
66	Ratih Ratnasari, Agus Hermawan, Agung Winarno. "The Influence of Ce... Crossref	<1%
67	Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli, Indah Nur Agustiani, Rudi Ya... Crossref	<1%
68	Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN T... Crossref	<1%
69	Erna Manoppo, Agus Supandi Soegoto, Jumie S L. Mokoginta, Sicilya C... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

70	Januar Katoni, Rosdiana Sijabat. "Analisis Pengaruh Brand Image, Pric... Crossref	<1%
71	Cynthia Anggraini Novitasari, Alfatih Sikki Manggabarani, Miguna Astu... Crossref	<1%
72	Ni Putu Eka Wahyu Utami, I Made Suasti Puja. "Pengaruh Citra Koperas... Crossref	<1%
73	Ni Putu Widiastuti, I Wayan Astawa, Ummi Latifah. "PENGARUH KUAL... Crossref	<1%
74	Rizky Anugerah Pratama, Kokom Komariah, Dicky Jhoansyah. "Peran V... Crossref	<1%
75	Salamatun Asakdiyah, Deny Ismanto. "Model penguatan loyalitas mah... Crossref	<1%
76	Sri Widayanti, Septilia Ratnasari, Mubarokah Mubarokah, Dita Atasa. "F... Crossref	<1%
77	Busriadi Busriadi. "Pengaruh Tekonlogi Informasi Terhadap Kepuasan ... Crossref	<1%
78	Dini Wahyuni, Syamsul Bachri. "PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHAD... Crossref	<1%
79	Tripena Susanti, Angelina Fitria Rina Sari. "PERSEPSI KONSUMEN TER... Crossref	<1%
80	Amelia Galuh Werdaningrum, Faizal Ardiyanto. "Pengaruh Kualitas Pro... Crossref	<1%
81	Ardiansyah Ardiansyah, Husein Hi Moh Saleh, Suryadi Hadi. "PENGARU... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

82	Een Samawati Miharja, Lilik Handajani, Lalu M. Furkan. "Faktor-faktor y... Crossref	<1%
83	I Wayan Gde Sarmawa, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "Can Custo... Crossref	<1%
84	Imelda Christy Poceratu, Nil Edwin Maitimu. "APLIKASI METODE SERVI... Crossref	<1%
85	Mike Ayuni Lestari, Dudi Abdul Hadi. "Pengaruh Sanksi Perpajakan, Ke... Crossref	<1%
86	Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas p... Crossref	<1%
87	Muhammad Arfan Harahap, Anjur Perkasa Alam, Muspita Pradila. "Pen... Crossref	<1%
88	Muhammad Mahrus Amin, Miftahudin. "Pengaruh Adversity Qoutient ... Crossref	<1%
89	Ni Made Wiwin Karuniati, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "Pengaruh... Crossref	<1%
90	Ni Made Wulan Pradnyadewi, Dewiwati Sujadi. "PENGARUH KUALITAS ... Crossref	<1%
91	Ning Eliyati, Sri Indra Maiyanti, Oki Dwipurwani, Shaly Wanda Hamidah.... Crossref	<1%
92	Reza Adi Primawan, Abraham Nurcahyo. "Peranan Mbah Wo Kucing Da... Crossref	<1%
93	Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUAS... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

94	Carmidah Carmidah, Sukirno Sukirno. "Corporate Governance dan kine... Crossref	<1%
95	Devianti Nurazizah, Ramayani Yusuf, Rohimat Nurhasan. "PENGARUH ... Crossref	<1%
96	I Putu Gede Angga Sugiarsa. "PENGARUH SERVICE QUALITY TERHAD... Crossref	<1%
97	Lu'Lu Ul Maknunah, Endang Astuningtyas. "PENGARUH KUALITAS PEL... Crossref	<1%
98	Markoni Markoni. "PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, CIT... Crossref	<1%
99	Marlina Christiani Rangian, Rudy Steven Wenas, Debry Ch. A Lintong. "... Crossref	<1%
100	Nanda Hidayan Sono, Abi Kusairi. "PENGARUH PRINSIP-PRINSIP PELA... Crossref	<1%
101	Nelvia Iryani Iryani, Syaiful Anwar. "Analisis Penyerapan Tenaga Kerja (... Crossref	<1%
102	Ni Putu Putri Ayu Wijayanthi, I Gusti Putu Agung Widyagoca, I Komang ... Crossref	<1%
103	Nurul Qomariah, Sarwito Sarwito, Abadi Sanosra, Mohammad Thamrin.... Crossref	<1%
104	Rahma Yulita, Safrizal, Susi Aritonang. "PENGARUH KUALITAS LAYA... Crossref	<1%
105	Ratna Ayu Nandra, Nurhadi Nurhadi. "Pengaruh Citra Merek dan Kualit... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

106	Shapely Ambalao, Ronny Walean, Marni Roring, Marselina Lay Rihi. "Pe... Crossref	<1%
107	Vania Annissa Holle, Agustinus Salle, Mariolin Sanggenafa. "PENGARU... Crossref	<1%
108	Erik Sudarso. "Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan ... Crossref	<1%
109	Mitha Novthafia, La Ode Turi, Jafar Ahiri. "ANALISIS KINERJA KEUANG... Crossref	<1%
110	Setiyawan .. "Building the Credence by Providing Satisfaction through t... Crossref	<1%
111	Wisnu Mahendri, Muhammad Lutfi. "Pengaruh Social Media Influencer,... Crossref	<1%
112	Ahmad Dwi Nurdiyanto, Mochamad Purnomo. "PENGARUH KESADARA... Crossref	<1%
113	Devi Novrizta. "HUBUNGAN ANTARA MINAT MEMBACA DENGAN KET... Crossref	<1%
114	Nurul Musqari, Nurul Huda. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loya... Crossref	<1%
115	Steffany Revina Wulandari, Ari Susanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, ... Crossref	<1%
116	Suci Wahyuliza, Yudhi Rahmansyah. "Corporate Social Responsibility d... Crossref	<1%

Sources overview

Dipindai dengan CamScanner

Excluded from Similarity Report

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

EXCLUDED SOURCES

Ni Nyoman Suriani, Idris Azis, Mohammad Ali Murad. "PENGARUH KUALITAS ... Crossref	6%
Priyo Utomo, Maria Krisnanti, Komarun Zaman, Ayi Hendriawan, Abdul Manan... Crossref	5%
Kristia Grisella Kiling, Silvya L. Mandey, Imelda W.J. Ogi. "PENGARUH KUALIT... Crossref	4%
I Gede Putrayasa. "Pengaruh kualitas pelayanan pramusaji dan fasilitas terha... Crossref	4%
Mohammad Ubait Hisni, Feti Fatimah, Yohanes Gunawan. "Analisis Pengaruh ... Crossref	4%
Sang Ayu Widya Wahyuni, Ni Wayan Maryuni Erawati. "Pengaruh kualitas pela... Crossref	4%
Alyssa Maulida Nursyifa, Indah Nur Agustiani, Taufiq Hidayat. "Pengaruh Kuali... Crossref	4%
Sirojudin Siroj, Desti Nurwidiawati, Asrti Mailani, Rizki Alyan Syachwaldi, Agus... Crossref	3%
Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan... Crossref	3%
Melisa Virjinia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran. "PENGAR... Crossref	3%

Dipindai dengan CamScanner

Sucihati Sucihati, Suhartini Suhartini. "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN D... Crossref	3%
Erna Kurniawati, Selamet Fuadi. "Pengaruh Pelayanan, Harga, Promosi Dan Lo... Crossref	3%
Suparman Suparman. "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PELAYANA... Crossref	3%
Martin Purba, Ade Parlaungan Nasution, Aziddin Harahap. "Pengaruh Kualitas... Crossref	3%
Hayani Hayani. "Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Ke... Crossref	3%
Tini Kusmayati Dewi, Annisa Amellia, Neng Sri Rahayu Mulyani, Siti Nuranisah... Crossref	3%
Iwan Juandi. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan... Crossref	3%
Yulita Nabila Putri, Endang Sutrisna. "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualita... Crossref	3%
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter... Crossref	3%
Nadya Retty Masiaga, Frederik G. Worang, Yunita Mandagie. "PENGARUH KEA... Crossref	3%
Umiyati Umiyati, Suyoto Suyoto. "ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KON... Crossref	3%
RETNO AYU MULFI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN... Crossref	3%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Deddy Suhardi, Silvy Sondari Gadzali. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap... 3%
Crossref

Libriana Susanti. "Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kua... 3%
Crossref

Viola Amdya Rifqi, Hermin Endratno. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERC... 3%
Crossref

Resti Yulistria, Rosento Rosento, Eka Putri Handayani, Isnurrini Hidayat Susilo... 3%
Crossref

Ari Soeti Yani, Diah Nur Aslamiyah. "PENGARUH KEUNGGULAN SISTEM OPER... 3%
Crossref

Gladis Sarah Aurelia, Asep M. Ramdan, Acep Samsudin. "Analisis Customer S... 3%
Crossref

Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno. "Studi Tentang Kualitas Pelayanan ... 3%
Crossref

Elgita Arum Dwiyanti, Siti Nur Azizah. "ANALISIS PENGARUH CUSTOMER FOC... 3%
Crossref

Tiara Azalia Septyarani, Nurhadi Nurhadi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan ... 3%
Crossref

Nanda Aprilia, Muhammad Demsi Dupri. "Pengaruh Service Quality, Product A... 3%
Crossref

Pipit Septyani. "Pengaruh Stres Kerja, Lingkungan Kerja Fisik dan Lingkungan ... 3%
Crossref

Mohammad Sandy Andi Andi Koro, Maskuri Sutomo, Farid Farid. "PENGARUH ... 3%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Dwi Harum Puspa Sari, Suharto Suharto, M. Ihsan Dacholfany. "Pengaruh Kual... Crossref	3%
Dede Kuriang Listanto, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUALITAS L... Crossref	3%
Siti Fatimah. "Pengaruh Service Quality, E- Trust adn Transformasi Digital terh... Crossref	3%
Elfina Okto Posmaida Damanik, Dian Gustrazaiman Purba Tambak, Yesni Rian... Crossref	3%
I Gede Adi Pratama, Dewiwati Sujadi. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALI... Crossref	2%
Bobby Rozano, Panji Pamungkas. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHAD... Crossref	2%
Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL... Crossref	2%
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ... Crossref	2%
Dian Harianti, Elimawaty Rombe, Ponirin Ponirin. "PENGARUH CITRA MEREK ... Crossref	2%
Simon Ahie. "Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Tiki Jalur ... Crossref	2%
Deni Vavi Arlin, Jati Imantoro. "Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembanga... Crossref	2%
Muhammad Randi Satrio, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KEPUAS... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Arina Oktari, Ana Komari, Heribertus Budi Santoso. "Analisa Kepuasan Pasien ... 2%
Crossref

Asih Kurnianingsih. "KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN: PENGAR... 2%
Crossref

Rushadiyati Rushadiyati. "ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP HARGA S... 2%
Crossref

Ni Putu Novia Arista Dewi, Putu Sri Hartati, Gusti Alit Suputra. "Pengaruh Servi... 2%
Crossref

Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL... 2%
Crossref

Lia Yuliana, Zulfa Mardiyana. "Peran Pustakawan Terhadap Kualitas Layanan ... 2%
Crossref

Sindi Kurnia Sari, Sonja Andarini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia ter... 2%
Crossref

Muhammad Latif Nur Rohman, Uju Suji'ah. "KEPUASAN KONSUMEN ATAS KU... 2%
Crossref

Efti Novita Sari, Syafriade Zulmi, Bustami Bustami. "Pengaruh Kualitas Pelaya... 2%
Crossref

Asep Saepul Alam, Neta Oktavianti. "TINGKAT KEPUASAN PETANI TERHADA... 2%
Crossref

Rizal Anugrah, Johnny Tanamal, Enki P Nainggolan. "PENGARUH KEPUASAN ... 2%
Crossref

MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 3 Nomor 1 Juni 2012", JURNAL RISET AKUNT... 2%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Liza Nora, Nur Afiifah Kaamilah, Siti Hafnidar Harun. "Determinants of Custom... Crossref	2%
Rafidah Haris, Mila Dewi Lasika. "PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALIT... Crossref	2%
Ersha Faturochman, Ade Mubarok. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuas... Crossref	2%
Riesta Chahya Agustina, Awan Santosa. "PENGARUH DAR, DER DAN TATA KE... Crossref	2%
Salas Ayala, Siti Lam'ah Nasution, Zulkarnain Nasution. "Pengaruh Kepercaya... Crossref	2%
Hanafi Hanafi, Maya Noor Desiana. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHA... Crossref	2%
Efrita Norman, Zul Hiskandar, Evinovita Evinovita. "Kepuasan Pelanggan Dala... Crossref	2%
Uswatun Hasanah. "FULL PAPER", VALUE, 2020 Crossref	2%
Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ... Crossref	2%
Mochammad Rizal Arifin, Athika Sidhi Cahyana. "The Effect Of Service Quality... Crossref	2%
Rachmat Hidayat, Suci Rahma Wati. "Pengaruh kesadaran Wajib Pajak dan ku... Crossref	2%
Ilza Febrina, Lisa Nurlitasari, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELA... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Iman Muazansyah. "PENGARUH KEMAMPUAN KERJA (WORK ABILITY) DAN ... 2%
Crossref

Any Octaviany, Nor Norisanti, Dicky Jhoansyah. "Determinasi Brand Trust terh... 2%
Crossref

Raswan Udjang, Subarjo Subarjo. "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN MAHASIS... 2%
Crossref

Nevi Laila Khasanah, Taufik Mukmin. "Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, M... 2%
Crossref

M. Riszhaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Serv... 2%
Crossref

Risma Risma, Syaiful Muhyidin, Ira Eka Pratiwi. "PENGARUH KUALITAS LAYA... 2%
Crossref

Erwan Aristyanto, Aditya Surya Nanda, Andi Farouq Hasan. "Pengaruh Komitm... 2%
Crossref

Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi... 2%
Crossref

I Putu Trianata. "Upaya supervisor dalam meningkatkan kualitas pelayanan pr... 2%
Crossref

Khamo Waruwu. "PENGARUH PELAYANAN (TANGIBLE, RELIABELITY, RESPO... 2%
Crossref

Yeni Afriyani, Muhajirin Muhajirin. "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap... 2%
Crossref

Yateno Yateno, Selamet Fuadi, Yunita Setiyo Wardani. "Pengaruh Promosi, Ha... 2%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Mardiah Mardiah, Baiq Rienelda, Emi Juniati. "Efektifitas Pelayanan Penjualan... 2%
Crossref

ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO... 2%
Crossref

Tri Wakhyuni, Syakdiah Syakdiah, Retno Kusumawati. "KUALITAS PELAYANA... 2%
Crossref

Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix Terhada... 2%
Crossref

Aprih Santoso, Nunik Kusnilawati. "EVALUASI DETERMINAN KEPUASAN MAH... 2%
Crossref

Nur Fadhilah, Dahliah Dahliah, Syahrir Mallongi. "Kualitas Pelayanan Terhadap... 2%
Crossref

Joko Utomo, Julius Nursyamsi, Aji Sukarno. "ANALISIS PENGARUH PRODUK,... 2%
Crossref

Risma Nugrahani, Sri Suryaningrum. "Pengaruh Kesadaran, Pengetahuan Perp... 2%
Crossref

Khristina Sri Prihatin, Yohana Selvia Dewi. "PENGARUH PELAYANAN AKADEM... 2%
Crossref

Agus Dedi Subagja, Taharuddin Taharuddin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Te... 2%
Crossref

Tessa T. T. Tumewan, Lisbeth Mananeke, Mirah H. Rogi. "ANALISIS FAKTOR -... 2%
Crossref

Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan. "Determinasi Jaminan Layan... 2%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN... Crossref	2%
Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN... Crossref	2%
Sri Wardani, Zulkarnain Zulkarnain, Samsir Samsir. "Analisis Customer Relatio... Crossref	2%
Ghin Erza Fortuna, Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan. "Kualitas Pelayanan Ter... Crossref	2%
Mia Simatupang. "Pengaruh produk, harga dan tempat terhadap kepuasaan ta... Crossref	2%
Andro Tumbelaka, Paulus Kindangen, Johnny A. F Kalangi. "Preferensi Konsu... Crossref	2%
MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 1 Nomor 1 Desember 2010", JURNAL RISET A... Crossref	2%
Fecky M. Pangemanan, Debby Ch. Rotinsulu, Daisy S.M. Engka. "PENGARUH ... Crossref	2%
ERIK JUNIWATI HERIYADI. "Analisis Pengaruh Customer Experience dan Pro... Crossref	2%
Lestari Kurniawati. "AGRESIVITAS PAJAK DAN MATURITAS UTANG", JURNAL... Crossref	2%
Melisa Ekawati Sugiarto, Ribka M. Kumaat, Caroline B. D. Pakasi. "FAKTOR - F... Crossref	2%
Joshua Victor Rusyanto, Paulina Van Rate, Victoria N. Untu. "PENGARUH PRO... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Eka Febriani, Norra Isnasia Rahayu. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Keadilan ... Crossref	2%
Deddy Rakhmad Hidayat, Peridawaty. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Har... Crossref	2%
Siti Solikha, Imam Suprapta. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANA... Crossref	2%
Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGG... Crossref	2%
Goodwill Desember 2013. "Goodwill Vo. 4 No. 2 Desember 2013", JURNAL RIS... Crossref	2%
Anindya Puteri, Maskuri Sutomo, Rahmat Mubaraq. "PENGARUH KEPERCAYA... Crossref	2%
. . Hantono. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS PADA PERUS... Crossref	2%
Henny Puspitasari, Rosida P Adam, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARU... Crossref	2%
Kurnia Utami Putri, Tri Inda Fadhila Rahma, Rahmi Syahriza. "Pengaruh Servic... Crossref	2%
Elok Cahyaningtyas, Chalil Chalil, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KEPERCAYAA... Crossref	2%
Cendy Cecilia Aprilita Tjoa, Irvan Trang, Jacky S. B. Sumarauw. "ANALISIS PE... Crossref	2%
Novita Damayanti, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Kualitas ... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Nurdin Wahid, Ratmono Ratmono. "Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudah... Crossref	2%
Ida Ayu Arini, Ni Kadek Ayu Trisna Dewi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Li... Crossref	2%
Ratna Susilowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI ... Crossref	2%
Sofia Agata Sarapung, Ponirin Ponirin. "PENGARUH SERVICE QUALITY TERHA... Crossref	2%
Masrul Indrayana, Kelik Fajar Kusuma, Jono. "Perbaikan Kualitas Pelayanan ... Crossref	2%
Masjaya Kamaliono, Rosida P Adam, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGAR... Crossref	2%
Azzahra Ananda Pattilasa, Jojok Dwiridotjahtjono. "Pengaruh Brand Awarenes... Crossref	2%
Nurul Imamah, Sofiah Nur Iradawaty. "THE STRATEGY OF COFFEE CUSTOME... Crossref	2%
Danang Prastiya Cahyadinata, Cholifah Cholifah, Sutopo Sutopo. "ANALISIS P... Crossref	2%
Ade Tyas Mayasari, Sri Supriyati, Ritawati Ritawati, Sista Rahayu, Eniwati Eniw... Crossref	2%
Angger Kusumodewi, Nazifah Husainah, Cecep Haryoto. "PENGARUH MOTIV... Crossref	2%
Vera Ningsih, Rosida P Adam, Yobert Kornelius. "PENGARUH KUALITAS LAYA... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Ardiansyah Japlani, Fitriani Fitriani, Siti Mudawamah. "PENGARUH KUALITAS ... Crossref	2%
Rousdy Safari Tamba. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kompetensi karyawa... Crossref	2%
Nurrohmat Tri Prabowo. "Analisis Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi ... Crossref	2%
Nia Trisniati, Budiman Abdulah. "PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN K... Crossref	2%
Berliana Putri Damayanti, Nurhadi Nurhadi. "Pengaruh Customers Experience ... Crossref	2%
Windari Oihu, Alfredo Tutuhatunewa, Ariviana L. Kakerissa. "ANALISIS PERBA... Crossref	2%
Husnul Maulida, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakim. "Pengaruh Brand Image da... Crossref	2%
Welis Raldianingrat, Fitria Fitria. "PENGARUH MARKETING MIX DAN PERSEPS... Crossref	2%
Benni Eden Sinambela, Frangky Zay, Okapril Simatupang, Sony Franzella Pine... Crossref	2%
Meilyana Putri Setiawan, Komang Krishna Yogantara. "FLYPAPER EFFECT PA... Crossref	2%
Onita Sari Sinaga, Debi Eka Putri, Astri Rumondang Banjarnahor, Fitria Halim, ... Crossref	2%
Evi Hidayakh, Sri Rahayu, Muhammad Gowon. "Determinan Kualitas Laporan ... Crossref	2%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

I Nyoman Tri Mulya Sentanu, I Wayan Eka Mahendra, Ni Made Ayu Sulasmini. ... 2%
Crossref

Kadek Agus Eka Prananda Putra, Fatrisia Yulianie, I Wayan Restu Suarmana. "... 2%
Crossref

Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand Image T... 2%
Crossref

Vigrita Eunike Raturandang. "PENGARUH LIFESTYLE,INOVASI PRODUK DAN V... 2%
Crossref

Taufik Taufik, Lina Mahardiana, Risnawati Risnawati. "PENGARUH KOMPETE... 2%
Crossref

Patras Thebora, Jenny Morasa, Sintje Rondonuwu. "ANALISIS FAKTOR-FAKT... 2%
Crossref

Nita Despri Kartikasari, Hermin Endratno. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG ... 2%
Crossref

Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ... 2%
Crossref

Imron Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsum... 2%
Crossref

Fredi Setiawan, Harmani Harmani, Iing Lukman. "MODEL LOYALITAS PELANG... 2%
Crossref

Muhammad Edy Supriyadi. "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, D... 2%
Crossref

Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati, Cokorda Gde Bayu Putra, I Putu Teresna ... 2%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Novia Fitrianivirgi Aditias, Rita Yuni Mulyanti. "PENGARUH PEMBIAYAAN MU... 2%
Crossref

Mentari Chandra Tjiang, Fransiskus Randa, Marselinus Asri. "PENGARUH MA... 2%
Crossref

Dwi Retno Wahyuni. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KE... 2%
Crossref

Wala Erpurini. ""ANALISA KUALITAS PELAYANAN PASIEN PADA KLINIK UMU... 2%
Crossref

Wisdom N. T. Kasiha, Bode Lumanauw, Michael Ch. Raintung. "Pengaruh Bran... 2%
Crossref

Ratih Mirpay Suwikromo, Agus Supandi Soegoto, Imelda W.J Ogi. "ANALISIS ... 2%
Crossref

Sutiono - -, Tri Ratna Taufiqurrahman. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGAR... 2%
Crossref

Magvira Alia, Nirwan Nirwan, Suardi Suardi. "PENGARUH KUALITAS LAYANA... 2%
Crossref

Okpri Meila. "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien BPJS Pada Pelayanan Kefarm... 2%
Crossref

Ismawati Dwi Saputri, Sarwo Edy, Midjan Midjan. "PENGARUH MOTIVASI DAN... 2%
Crossref

Eka Yulianti Muspah, Achmad Gani, Ramlawati Ramlawati. "Pengaruh Hard Sk... 2%
Crossref

Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYAN... 2%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Goklas Agus Efendi Sianturi, Lila Muliani, Heni Pridia Rukmini Sari. "PENGARU... Crossref	2%
Winda Kusrianti, Endang Sri Wahyuni. "Determinan Keberhasilan Usaha Mikro ... Crossref	1%
Hantono Hantono, Siti Tiffany Guci, Eva Mariana Boang Manalu, Novi Agusnia... Crossref	1%
Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan La... Crossref	1%
Awaluddin Awaluddin, Rahmi Isriani, Rina Anggraini. "Model Pendekatan Anal... Crossref	1%
Puji Isyanto, Kartika Wijayanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek... Crossref	1%
Mohamad Rafdi Zhafari, Hemmy Fauzan, Nofrianto Nofrianto. "PENGARUH KE... Crossref	1%
Tiar Rizky Abdillah, Edi Joko Setyadi, Suryo Budi Santoso, Rina Mudjiyanti. "Pe... Crossref	1%
PURNADI PURNADI. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI INTE... Crossref	1%
Heni Susanti, Maskuri Sutomo, Benyamin Parubak. "PENGARUH BAURAN PE... Crossref	1%
Komang Ratih Tunjungsari, Putu Ayu Indra Swari. "Penerapan kualitas pelayan... Crossref	1%
Yunita Astikawati, Eka Suryani, Avelius Dominggus Sore. "PENGARUH KUALIT... Crossref	1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Williana Silviani, Rosdiana Panjaitan, Sally Angelika Hutagalung, Tetty Tiurma ... Crossref	1%
Refly Chrismariyanto, Rosida Adam, Farid Farid. "PENGARUH KUALITAS PRO... Crossref	1%
Muhammad Ridwan, Hengki Erik Sandi. "PENGARUH INTERAKSI ANTARA TO... Crossref	1%
Rinaldi Rinaldi. "Dampak Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kep... Crossref	1%
Rohmatun Khasanah. "PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, NILAI DAN HANDLI... Crossref	1%
Kholipatun Kholipatun, Isnaini Rodiyah. "Kualitas Pelayanan Administrasi Pen... Crossref	1%
Duwi Mihartinah, Isma Coryanata. "PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU, ... Crossref	1%
Adriansyah Adriansyah, Syamsul Bachri Daeng Parani, Ira Nuriya Santi. "KUAL... Crossref	1%
Jefri Wandi, Syamsul Bachri, Benyamin Parubak. "PENGARUH PERSEPSI KEG... Crossref	1%
Fitria Elvi, Florentina Neneng Sabela. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap... Crossref	1%
Tika Nur Aini. "Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelan... Crossref	1%
Tika Nur Aini. "PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOY... Crossref	1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Toto Iswanto. Jurnal Riset Akuntansi Politala, 2019 Crossref	1%
Nandya Eka Sari, Teddy Oswari. "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ... Crossref	1%
Via Edenia Robot, Silcyljeova Moniharapon, Sjendry S. R Loindong. "Pengaruh ... Crossref	1%
Fiki Zulfiyan. "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN MARKETING MIX ... Crossref	1%
Trecya S. M. Lompoliuw, Riane J. Pio, Roy F. Runtuwene. "Faktor-Faktor Yang ... Crossref	1%
Resty Dwi Priyantari. "Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap... Crossref	1%
Irsyad Ardy Haryanto, Heni Pridia Rukmini Sari. "Pengaruh Kinerja Petugas Cle... Crossref	1%
I Nyoman Sudiarta, I Gusti Ayu Eka Suwintari. "PENGARUH PELAYANAN DAN ... Crossref	1%
Ferry Setiawan. "KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI DINAS KEPENDUDAKAN ... Crossref	1%
Anita Ike Lestari, Hengky Widiandhono. "PENGARUH MOTIVASI, KOMPENSAS... Crossref	1%
Yulens Frits Bonai, Syaikhul Falah, Sylvia C. Daat. "PENGARUH KAPASITAS S... Crossref	1%
Bambang Sutedjo, Yulia Evita Sari. "Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Asosi... Crossref	1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Melia Andayani. "Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Fasilitas Fisik dan Keperc... 1%
Crossref

Dedik Andri Purnomo, Muslich Pairan. "STRATEGI MENCIPTAKAN KEPUASAN... 1%
Crossref

Andy Pradityа, Teguh Ariefiantoro, Edy Suryawardana. "ANALISIS PENGARUH ... 1%
Crossref

Wiwit Murfitriana, Hengky Widhiandono. "PENGARUH MOTIVASI INTRISIK,KE... 1%
Crossref

Steven A. Pottu, James D. D. Massie, Ferdy Roring. "PENGARUH PERSEPSI, E... 1%
Crossref

Nurmas Hasanah Tanjung, Euis Salbiah, Afmi Apriliani. "KUALITAS PELAYAN... 1%
Crossref

Vika Rofiani, Diyah Probowulan, Rendy Mirwan Aspirandi. "Perbedaan Book T... 1%
Crossref

Helmi Haris, Nur Said Irham T. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan t... 1%
Crossref

Rizky Esa Riyanto, Otong Saeful Bachri. "Analisis Pengukuran Kualitas Websit... 1%
Crossref

Susanto Susanto. "STRATEGI PELAYANAN BUS RAPID TRANSIT (BRT) TRAN... 1%
Crossref

Novita Herlissha, Tiara Fitari. "Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Kons... 1%
Crossref

Bayu Pramutoko. "Pengaruh Pemilihan Lokasi, Daya Beli Konsumen dan Suas... 1%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Ronni Andri Wijaya. "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Custome... 1%
Crossref

Nuri Andriyani, Mukhzarudfa Mukhzarudfa, Enggar Diah PA. "Pengaruh Kinerj... 1%
Crossref

Juliahir Barata, Udin Rinaldi. "ANALISIS PERSEPSI KINERJA PELAYANAN SEK... 1%
Crossref

Ananda Dewi Wahyuni, Dahmiri Dahmiri. "KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RISI... 1%
Crossref

Hartati Hartati, Suardi Suardi, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUALITAS PRODU... 1%
Crossref

Salmon N. Aulele, Mozart W. Talakua, B. Tuasikal. "ANALISIS PERMINTAAN K... 1%
Crossref

Okti Fia Aristiani, Suharto Suharto, Gustin Padwa Sari. "PENGARUH PRUDENC... 1%
Crossref

Abrianti Abrianti, Muh Ilham, Abdullah Igo B.D. "Analisis Kepuasan Konsumen ... 1%
Crossref

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

Jaura Jaura, Harifuddin Thahir, Farid Farid. "STRATEGI PEMASARAN KERAJI... 1%
Crossref

Firdha Alwani Lestari, Febriansyah Nataly. "Studi Deskriptif Kualitatif Loyalitas... 1%
Crossref

Rizka Mardiyanto, Mary Ismowati. "ANALISIS INDEKS KEPUASAN MASYARAK... 1%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Devi Fitriani, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN I... 1%
Crossref

Apriliana Apriliana, Sukaris Sukaris. "ANALISA KUALITAS LAYANAN PADA CV... 1%
Crossref

Yohana Nadya Gunardja. "Pengaruh Trust Terhadap Keputusan Beli Produk Ti... 1%
Crossref

Wala Erpurini, Wapa Samrotul Janah. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online S... 1%
Crossref

Suherpi Suherpi, Iwan Setiawan, Yudi Sapta Pranoto. "THE DEVELOPMENT ST... 1%
Crossref

Muh. Fahrurrozi, Hary Murcahyanto, Mohzana Mohzana. "Produktivitas Kerja ... 1%
Crossref

Elang Panca. "Analisis Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan M... 1%
Crossref

Defrisan Frand Giany Chinna, Agus Supandi Soegoto, Woran Djemly. "ANALISI... 1%
Crossref

Nafiudin Nafiudin. "Peningkatan Kinerja Karyawan Pada Dealer Honda Auto S... 1%
Crossref

Irfan Marhaban, Suryadi Suryadi. "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain P... 1%
Crossref

I Ketut Sunarwijaya, I Putu Edy Arizona. "OPINI AUDIT GOING CONCERN DAN ... 1%
Crossref

Widarta Widarta. "Pengaruh Stres Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kiner... 1%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Sineba Arli Silvia. "Pengaruh Kualitas Aset Terhadap Profitabilitas Pada Perba... 1%
Crossref

Saefur Rohman, Fino Wahyudi Abdul. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN D... 1%
Crossref

Jimmy T.A. Pantouw, Vekie A. Rumate, Een N. Walewangko. "ANALISIS PERT... 1%
Crossref

I Made Adhi Andreanata, Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi. "Pengaruh Promosi... 1%
Crossref

Hantono Hantono, Ike Rukmana Sari, Felicya Felicya, Miria Daeli. "Pengaruh R... 1%
Crossref

Angel Garcia, Yuni Siawira, Lisa Octavia Liunardi, Calvin Adrian, Silvana Silvan... 1%
Crossref

Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, Fatkhan Amirul Huda. "Pengaruh Kualita... 1%
Crossref

Dwi Indah Utami. "PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN VARIASI PRODU... 1%
Crossref

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

Orsinil Harfian Zega. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUA... 1%
Crossref

Soegihartono Soegihartono. "PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR, PENEMP... 1%
Crossref

Mar'atul Fahimah, Linda Armada Ningsih. "Strategi Content Marketing dalam ... 1%
Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Ilham K. "PENGARUHKOMPENSASI, KEPEMIMPINAN, DAN DISIPLINKERJA T... Crossref	1%
INDRAHAEMI UMAR GAZALI, ABDUL RAHMAN MUS, Andi Nirwana Nur. "PEN... Crossref	1%
Occy Rahmada Ningsih, Sugeng Susetyo, Paulus Suluk Kananlua. "PERCEIVED... Crossref	1%
Tia Aprilia Susnita. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan T... Crossref	1%
Rio Fany Syarifaiz Prasetyo, Rahimudin Rahimudin. "Pengaruh Kualitas Pelaya... Crossref	1%
Indra Hary Tri Setyawan, Pahlawansyah Harahap. "PERAN MOTIVASI KERJA ... Crossref	1%
Siti Nurjanah, Rina Sukmawati, Muslima Muslima, Subhi Alwi. "PENGARUH KU... Crossref	<1%
Siti Hanila, Meimon Putra Abela. "HUBUNGAN SERVICE RECOVERY DENGAN ... Crossref	<1%
Islamiyah Islamiyah, Irwan Muryanto, Abdurrahman Hamid, Jasrida Yunita, Re... Crossref	<1%
Athifah Athifah, Ai Nur Bayinah, Efri Syamsul Bahri. "Pengaruh Akuntabilitas P... Crossref	<1%
Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan ... Crossref	<1%
Viola Aja, Nila Pratiwi, Awalul Khairi. "PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI D... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Novita Eka Sari. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING (CRM) ... Crossref	<1%
Siti Aminah. "Peranan Orangtua Dalam Mengantisipasi Kemerosotan Akhlak p... Crossref	<1%
Ermawati Ermawati, Riza Putri Utami, Irham Pakawaru. "Pengaruh Kualitas Pel... Crossref	<1%
Bachtiar Arief Nugroho, Zulkifli Zulkifli, Mombang Sihite. "Strategi Memaksim... Crossref	<1%
Eva Refiana, Ardiansyah Japlani. "Pengaruh Trust Dan Communication Terhad... Crossref	<1%
Asih Kurnianingsih, Muhammad Rifqi Hidayat. "FAKTOR KEAMANAN TRANSA... Crossref	<1%
Sriyono Sriyono. JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 2019 Crossref	<1%
Ni Kadek Indah Septijayanthi, Ni Made Hartini. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEN... Crossref	<1%
Maryanti Maryanti, Endah Lisa Rini, Hanisa Sismaya Lestari. "ANALISIS KEPU... Crossref	<1%
Aditya Fikri Heristyanto, Abraham Tirta Garnadi, Amada Hanifudin Al-Hadid. "... Crossref	<1%
Nurhadi Kamaluddin, Ari Susantiaji, Siti Amalia. "PENGARUH PEMASARAN RE... Crossref	<1%
Muhammad Sugito, Slamet Harjatno. "The Effect of Job Satisfaction, Motivati... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Muh Afandi, Suardi Suardi, Muzakir Tombolotutu. "PENGARUH KEPRIBADIAN ... <1%

Crossref

Lia Yulia, Wiwin Setianingsih. "STUDI MANAJEMEN MARKETING BERBASIS O... <1%

Crossref

Dasep Suryanto. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja dan Lingkunga... <1%

Crossref

Darfial Guslan, Mia April Yani. "Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk Da... <1%

Crossref

Ahmad Roziq, Ika Ratna Qorikaten Rohmah. "VARIABEL PENENTU DAN EKSK... <1%

Crossref

Ramadhan Prasetya Wibawa, Deny Ayu Tiarawati. "PENGARUH KUALITAS PEL... <1%

Crossref

Januardin Manullang, Nanda Pratiwi, Refiensa Yohana Sihombing, Rifka Aulia ... <1%

Crossref

Rita Dwi Putri. "Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan M... <1%

Crossref

Jimmy Rezky Torey, Oktavianus ., Porajouw, Tommy F. Lolowang. "ANALISIS ... <1%

Crossref

Tirto Unarto, Usep Suhud, Mohamad Rizan. "The Role of Continuance Intentio... <1%

Crossref

Maulida Putri Andari, Edy Mulyantomo. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ... <1%

Crossref

Johny Malisan. "Potensi Pengembangan Pelabuhan Tarakan Untuk Konsolida... <1%

Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Rafika Rachmaniah. "Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kin... Crossref	<1%
Tali roso Susilo, Sri Rahayuningsih, Heribertus Budi Santoso. "PENGEMBANG... Crossref	<1%
Pradipta Mandasari Parasan, Paulus Kindangen, George M.V. Kawung. "ANAL... Crossref	<1%
Jamaluddin Jamaluddin. "Pengaruh Service Perfomance Dan Kualitas Produk ... Crossref	<1%
Yufazhrin Pandapotan Batu Bara, Sukaria Sinulingga, Meilita Tryana Sembirin... Crossref	<1%
Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekalan dan ... Crossref	<1%
Prilalianty Fakhriyah. "PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJE... Crossref	<1%
Ova Tri Nugroho, Sri Hermuningsih, Gendro Wiyono. "Analisis Pengaruh Efekti... Crossref	<1%
Japar Japar, Anderson G. Kumenaung, Daisy S.M. Engka. "PENGARUH ANGG... Crossref	<1%
Hamka Hamka. "Pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian ... Crossref	<1%
Khowin Ardianto, Fania Putri Nuriska, Lia Nirawati. "PENGARUH KEPERCAYAA... Crossref	<1%
Zainal Abidin Sahabuddin, Bram Hadianto. "The effect of board governance a... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Sriwahyuni Paembong, Adisty Shabrina Nurqamarani, Eddy Soegiarto. "PENG... Crossref	<1%
Deviana Deviana, Suyoto Suyoto, Mahjudin Mahjudin, Fery Adhy Permana. "AN... Crossref	<1%
Aprillina Maritha Rosa Ginting, Ribka M. Kumaat, Yolanda P.I. Rori. "TINGKAT ... Crossref	<1%
Altofu Rohman, Aglis Andhita Hatmawan. "ANALISIS PENGARUH CITRA MER... Crossref	<1%
Lailatu Zahro, Markus Surkamta Eric Santosa. "Pengaruh Kualitas Informasi, K... Crossref	<1%
Herawati Herawati, Evinovita Evinovita, Sukarna Sukarna. "Pengaruh Promosi ... Crossref	<1%
Awan Santosa, Rahmaharati Esa Putri. "Pengaruh Faktor Internal Dan Ekstern... Crossref	<1%
Abdul Roni. "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan B... Crossref	<1%
Rezky Naim Eki, Sri Indira Hartawati. "Implementasi Pemanfaatan Teknologi I... Crossref	<1%
Adel Trudis Nurya Jeni. "PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT, PROMOSI T... Crossref	<1%
W Wardoyo, Intan Andini. "FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADA... Crossref	<1%
Fauzi F. "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA TERHAD... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Denny Erwanto Suciono, Tri Andjarwati, Sumiati. "The Influence of Transform... Crossref	<1%
Budiman Abdulah. "PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP ... Crossref	<1%
Erniwati Halawa. "Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasar... Crossref	<1%
Dhita Adriani Rangkuti, Mey Monita Lestari Manalu, Sartika Nanda Lestari, Bri... Crossref	<1%
Abdul Aziz Nugraha Pratama, Aprina Wardani. "Pengaruh Kemampuan Kerja d... Crossref	<1%
Andriya Risdwiyanto, Saktya Ganes Saputra. "Peran Citra Merek, Nilai Pelangg... Crossref	<1%
R AYU IDA ARYANI. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Perilaku W... Crossref	<1%
Yudha Prawira, Lismawati Lismawati, Aisyah Aisyah. "Faktor Yang Memengar... Crossref	<1%
Herlin Sola Gratia. "Pengaruh faktor pendidikan terhadap kinerja karyawan de... Crossref	<1%
Anjur Perkasa Alam, Asmawarna Sinaga, Ayu Liviana, Dewi Indriani. "Pengaru... Crossref	<1%
Rani Agung, Wahyuningsih Wahyuningsih, Rahmat Mubaraq. "PENGARUH KU... Crossref	<1%
Nanda Bakti Laksana, Asih Handayani. "PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Novita Sari, Wakijo Wakijo. "PENGARUH PEMANFAATAN PERPUSTAKAAN SE... Crossref	<1%
Marheni Marheni, Yunita Maharani, Robby Irwansyah. "Transformasi Sektor K... Crossref	<1%
Anna Marganingsih, Emilia Dewiwati Pelipa. "PENGARUH PENDEKATAN CHE... Crossref	<1%
Muhammad Fauzi Amiruddin, Muhammad Wahyuddin Abdullah. "Psikografis ... Crossref	<1%
Deitje D. Mautang, Rosalina A.M. Koleangan, George M.V. Kawung. "ANALISIS... Crossref	<1%
Asqolani Asqolani, Sopian Sopian. "DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG ME... Crossref	<1%
Muhammad Irwan. "Analisis Perilaku Anggota Koperasi dalam Pembelian Bar... Crossref	<1%
Samsuri ., Hari Purwanto. "PENGARUH SIKAP DAN MOTIVASI TERHADAP KIN... Crossref	<1%
Neneng - Hasanah. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEN... Crossref	<1%
Munawir Muhammad, Fatmawati Fatmawati, Abdul Haris Din. "Analysis of Dis... Crossref	<1%
Lusia N Missah, Ventje Ilat, Victorina Z. Tirayoh. "Pengaruh karakteristik infor... Crossref	<1%
Dianty Putri Purba, . Sheren, . Valent, . Angeline. "PENGARUH CURRENT RATI... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Faradiba Syaifuddin, Rizki Amelia. "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Mi... <1%

Crossref

Novi Isniatul Asro, Siti Nur Qomariyah, Muhyiddin Zainul Arifin. "ANALISIS ST... <1%

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

Steven Steven. "PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, WORD OF MOUTH, NILAI ... <1%

Crossref

Ayi Muhiban, Eddy Jusuf, Popo Suryana. "Analisis Kinerja Promosi Dan Kinerj... <1%

Crossref

Abdul Kosim, Bagas Wicaksono, Sadam Alimi, Ahmad Gunawan. "Pengaruh E... <1%

Crossref

R. Rohana, Agustini Agustini, Ike Atikah Ratnamulyani. "STRATEGI KOMUNIK... <1%

Crossref

M. Budiantara, Hamzah Gunawan, Endang Sri Utami. "PERCEIVED USEFULNES... <1%

Crossref

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Muhammad Rizky Maulana, Maftukin Hudah, Ibnu Fatkhu Royana. "Analisis M... Crossref	<1%
M Dana Prihadi, Siska Meilani. "Pengaruh Efektivitas Kinerja Terhadap Produk... Crossref	<1%
Yasir Muharram Fauzi. "PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PROFIT MARGIN TER... Crossref	<1%
Juwita Aprilianti. "Efektivitas Permainan Tunjuk Abjad Terhadap Pembelajara... Crossref	<1%
Purwanti Pur Wanti. "PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP ... Crossref	<1%
Dwiyantoro Dwiyantoro. "Analisis dan Evaluasi Penerapan Sistem Informasi S... Crossref	<1%
Rini Yulia. "Pengaruh Kualitas Data dan Sistem Pengendalian Intern Pemerint... Crossref	<1%
Rani Nur Indah Lestari, Miftahul Huda, Abdul Karman. "FAKTOR-FAKTOR YAN... Crossref	<1%
Purwanto ., Apriyanti .. "PENGARUH PENILAIAN PEMBIAYAAN TERHADAP KE... Crossref	<1%
Yosi Tiani, Nanu Hasanuh. "Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio ... Crossref	<1%
Erni Taruli Pebrina, Ipang Sasono, Dhaniel Hutagalung, Riyanto Riyanto, Masd... Crossref	<1%
Ahmad Yasir, Ribhan Ribhan, Keumala Hayati. "Kinerja Karyawan dari Aspek P... Crossref	<1%

Excluded from Similarity Report

Dipindai dengan CamScanner

Adella Candrawati Putri. "Pengaruh Job Description, Pengalaman dan Penem...	<1%
Crossref	
Fina Fitriyana. "THE EFFECT OF IMPLEMENTATION OF GOOD CORPORATE G...	<1%
Crossref	
Budiharjo Budiharjo. "PENDIDIKAN PENGASUH PADA PANTI SOSIAL ASUHA...	<1%
Crossref	
Arief Fadilah, Ating Sukma. "EFEKTIFITAS PROGRAM PENDISTRIBUSIAN DAN...	<1%
Crossref	
Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keput...	<1%
Crossref	

Dipindai dengan CamScanner