

PAPER NAME

**11. 2022 CERMIN DIVERSIFIKASI DAN K
UALITAS PRODUK DALAM MEMBANGUN
.pdf**

WORD COUNT

3519 Words

CHARACTER COUNT

22847 Characters

PAGE COUNT

13 Pages

FILE SIZE

435.7KB

SUBMISSION DATE

Dec 2, 2022 2:50 PM GMT+7

REPORT DATE

Dec 2, 2022 2:50 PM GMT+7

● **25% Overall Similarity**

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

- 25% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● **Excluded from Similarity Report**

- Internet database
- Manually excluded sources

DIVERSIFIKASI DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMBANGUN KEPUASAN DAN LOYATAS PELANGGAN

DIVERSIFICATION AND PRODUCT QUALITY IN BUILDING CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY

Randika Fandiyanto^{1*)}, Tyas Nuril Chofijah²⁾, Siti Soeliha³⁾
Fakultas Ekonomi, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
Email : randika@unars.ac.id

ABSTRACT

53 Pemasaran adalah sistem total kegiatan bisnis yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap kegiatan baik yang bergerak dibidang kuliner, pendidikan, perkantoran dan lain sebagainya membutuhkan jasa percetakan. Jasa percetakan saat ini dituntut untuk menyediakan kebutuhan lain yang mendukung perkembangan bisnis ini di masa yang akan datang. Rava Printing adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang jasa dengan menyediakan kebutuhan alat tulis kantor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh diversifikasi produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rava Printing. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan quota sampling. Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural – Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0, menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, diversifikasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan.

72 Kata kunci: diversifikasi produk; kualitas layanan; kepuasan konsumen; loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Marketing is a total system of business activities designed to satisfy consumer needs. Every activity, whether engaged in culinary, education, offices and so on, requires printing services. Printing services are currently required to provide other needs that support the development of this business in the future. Rava Printing is a service company engaged in services by providing office stationery needs. The purpose of this study was to analyze and examine the effect of product diversification and service quality on customer loyalty through consumer

satisfaction. This research is quantitative method research. The population in this study are consumers of Rava Printing. The sampling technique was determined by quota sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model – Partial Least Square (PLS-SEM). The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that the product diversification variable has a significant positive effect on consumer satisfaction, service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, product diversification has a significant positive effect on customer loyalty, service quality has a significant positive effect on loyalty customers, consumer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty. The results of the indirect effect hypothesis test show that the product diversification variable on customer loyalty through customer satisfaction has a significant positive effect, and service quality on customer loyalty through customer satisfaction has a significant positive effect.

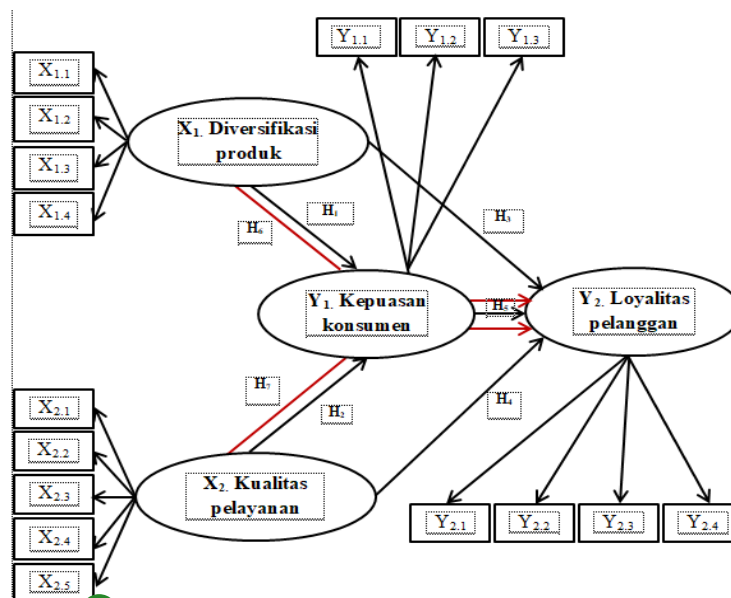
Keywords: product diversification, service quality, consumer satisfaction, customer loyalty.

PENDAHULUAN

Hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan kepada konsumen Percetakan Rava sudah sesuai dengan harapan. Namun terjadi fenomena apabila dilihat dari segi kualitas pelayanan yakni kurang tanggapnya karyawan dalam melayani dan kurang teliti. Hal ini dapat dilihat pada saat konsumen ingin melakukan *print* dokumen, karyawan tersebut tidak memeriksa terlebih dahulu *file* yang akan di *print* sehingga sering terjadinya kesalahan pada saat konsumen ingin melakukan *print* dokumen di Percetakan Rava akibat kelalaian karyawan. Maka dari itu, seharusnya pemilik Percetakan Rava tidak hanya menyediakan sarana fisik yang memadai saja akan tetapi perlu memberikan bimbingan dan pelatihan kepada karyawan agar tanggap, cakap dan terampil sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Fenomena yang terjadi pada segi diversifikasi produk yakni akan ketersediaan barang yang ditawarkan dalam usaha ini masih kurang lengkap dan beragam, sehingga berdampak kepada pelanggan yang menurun. Apabila produk yang ditawarkan lengkap dan beragam maka konsumen akan mempengaruhi orang-orang terdekatnya untuk menjadi pelanggan pada Percetakan Rava.

Menurut Sugiyono (2017:60) “Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka konseptual berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topic yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Diversifikasi produk sebagai upaya strategi dalam perusahaan untuk menciptakan produk yang baru dan menyediakan produk yang beragam sehingga meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan jasa yang hanya dapat dirasakan oleh konsumen saat melakukan transaksi jual beli. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang harapan, maka jasa yang diberikan tersebut memuaskan bagi konsumen. Kepuasan konsumen adalah seseorang yang memiliki perasaan senang atau kecewa berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan pemikiran konsumen itu sendiri. Loyalitas pelanggan merupakan peran penting terhadap usaha yang sedang dijalankan, karena dengan mempertahankan pelanggan berarti akan meningkatkan kinerja keuangan dan dapat mempertahankan hidup sebuah usaha. Hal ini dimaksud bahwa pelaku usaha dapat menarik dan mempertahankan seorang pelanggan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

- H₁ : Diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H₃ : Diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H₄ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H₅ : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan
- H₆ : Diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen
- H₇ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif digunakan guna mengetahui hubungan apakah memiliki hubungan yang saling mempengaruhi terhadap variabel. Tempat pada penelitian ini di Percetakan Rava, tepatnya terletak di Desa Klampokan RT.008/002, Kecamatan Klabang, Kabupaten Bondowoso, Provinsi Jawa Timur, Kode pos 68285. Untuk waktu penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu pada bulan Februari hingga bulan April 2022.

Penelitian ini mengambil populasi dari konsumen per hari pada Percetakan Rava dengan rata-rata 50 konsumen yang melakukan transaksi. Perhitungan dilakukan selama tiga bulan (Februari 26 hari x 50 konsumen = 1300 konsumen, Maret 30 hari x 50 konsumen = 1500, April 28 hari x 50 konsumen = 1400 konsumen) sehingga jumlah populasi selama tiga bulan, mulai bulan Februari hingga bulan April 2022 selama 84 hari x 50 konsumen adalah sebanyak 4.200 konsumen. Dalam penelitian ini tidak semua populasi akan diteliti tetapi hanya sebagian populasi yang diteliti sejumlah 4.250 konsumen dan menggunakan taraf toleransi sebesar 10% dengan rumus slovin, hasil sampel dari penelitian ini dengan rumus slovin sebanyak 97,6 atau dibulatkan menjadi 98 responden.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu faktor penting terhadap penelitian karena perhitungan akan tersebut diperoleh dari data yang didapatkan dalam sebuah penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi pustaka, kuesioner dan dokumentasi.

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model – Partial Least Square* (PLS-SEM).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini responden yang menjadi sampel sebanyak 98 responden berasal dari konsumen yang telah melakukan pembelian atau menggunakan usaha jasa pada Percetakan Rava.

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen dalam sebuah penelitian untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Ghazali (2018:25) “Validitas konvergen merupakan korelasi untuk menguji nilai *outer loading* dalam penelitian dengan menetapkan nilai 0,7 atau lebih besar maka dapat dikatakan valid”. Uji validitas konvergen dalam penelitian ini menggunakan ketentuan nilai *outer loading* $\geq 0,7$ dengan bantuan program *Smart PLS 3.0* maka diperoleh hasil uji validitas konvergen. Nilai *outer loading* yang didapatkan dari hasil butir kuesioner pada masing-masing indikator ($X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{2.1}, X_{2.2}, X_{2.3}, X_{2.4}, X_{2.5}, Y_{1.1}, Y_{1.2}, Y_{1.3}, Y_{2.1}, Y_{2.2}, Y_{2.3},$ dan $Y_{2.4}$) yaitu melebihi nilai 0,7 yang artinya setiap indikator tersebut dinyatakan valid karena angka tersebut berwarna hijau.

Uji validitas konvergen pada penelitian ini selanjutnya melihat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) Menurut Ghazali (2018:25) “Validitas konvergen merupakan korelasi dengan menetapkan nilai AVE sebesar 0,5 terhadap suatu penelitian”. nilai AVE (*Average Variance Extracted*) telah memenuhi ketentuan yaitu diatas 0,5 yang artinya pada masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid. Variabel X_1 0,5 angka tersebut berwarna hijau maka dikatakan valid, variabel X_2 0,5 angka tersebut berwarna hijau maka dikatakan

valid, variabel Y_1 0,6 angka tersebut berwarna hijau maka dikatakan valid, variabel Y_2 0,6 angka tersebut berwarna hijau maka dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran untuk mengetahui ukuran dalam penggunaannya. Menurut Ghazali (2018:38) “Reliabilitas merupakan suatu alat ukur dalam kuesioner terhadap indikator yang terdapat dalam penelitian. Variabel penelitian menunjukkan hasil reliabel dengan nilai $\alpha > 0,70$ apabila $\alpha < 0,70$ maka dapat diartikan tidak reliabel”. Nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yaitu variabel X_1 0,75 maka dikatakan reliabel, variabel X_2 0,80 maka dikatakan reliabel, variabel Y_1 0,78 maka dikatakan reliabel dan variabel Y_2 0,83 maka dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model persamaan struktural ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, untuk mendeteksi adanya problem multikol maka dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) serta besaran korelasi antar variabel independen. Menurut Ghazali dan Ratmono (2013:80) menyatakan bahwa “Penelitian yang baik apabila tidak terjadi multikolinieritas dengan nilai *cut off* yang dipakai apabila tolerance lebih dari 10 dan VIF yang ditetapkan kurang dari 10”. nilai VIF pada variabel Diversifikasi produk terhadap Kepuasan konsumen 3,56, Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen 3,56, Diversifikasi produk terhadap Loyalitas pelanggan 3,71, Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen 2,89, dan Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas pelanggan 4,01.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dalam data penelitian berdistribusi normal atau tidak, hal ini diartikan bahwa distribusi data tidak seharusnya menjauhi nilai tengah yang berakibat penyimpangan standar deviasi tinggi. Menurut Ghazali (2018:28) “Untuk mengetahui nilai *Excess Kurtosis* dan *Skewness* dengan cara melihat α 0,01 apabila tidak menjauhi nilai tengah antara -2,58 hingga 2,58 maka nilai tersebut

normal". Menguji distribusi data dari jawaban para responden yang telah mengisi kuesioner pada masing-masing indikator bahwa semua variabel memiliki data yang normal dan tidak terjadi penyimpangan standar deviasi karena nilai *excess kurtosis* dan *skewness* tidak melebihi rentang -2,58 hingga 2,58.

Uji *Goodness Of Fit* (GOF)

Uji GOF (*Goodness Of Fit*) pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui sebuah distribusi data dari sampel mengikuti sebuah distribusi teoritis tertentu atau tidak karena dalam penelitian kenyataan yang ada tidak sama persis dengan teori. Menurut Hair *et. al* (2018:176) "*Fit indeks* secara umum dalam suatu penelitian memiliki kategori yang harus terpenuhi untuk menguji model struktural tersebut agar dapat dikatakan sebagai *fit model*". Kesesuaian model pada penelitian ini dapat dilihat pada nilai SRMR 0,08, nilai *chi-square* 197,41, dan nilai NFI 0,6. Maka hal tersebut dapat dinyatakan bahwa model persamaan struktural ini telah sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan dan dapat dikatakan *fit model*.

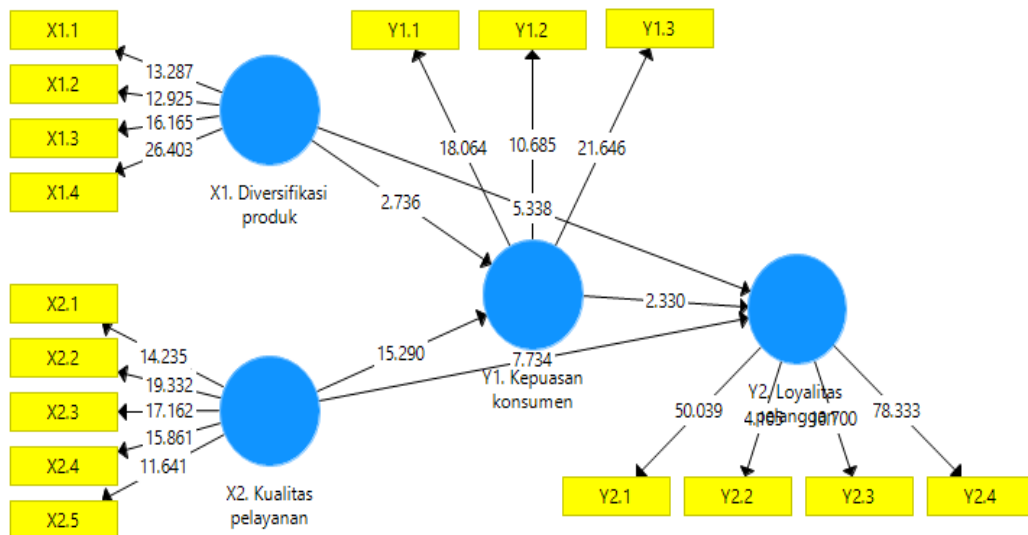
Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan guna mengukur kemampuan model dalam menyatakan seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan apakah mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *R-Square*. Menurut Ghazali (2018:97) "Uji koefisien determinasi secara umum merupakan analisis dalam mengukur persamaan struktural dengan melihat nilai *R-Square*". Hasil Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

- a) Variabel Diversifikasi produk (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y_1) sebesar 85,1 (85,1%) artinya pengaruh sangat tinggi, sedangkan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- b) Variabel Diversifikasi produk (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) mempengaruhi Loyalitas pelanggan (Y_2) sebesar 86,4 (86,4%) artinya pengaruh sangat tinggi, sedangkan sisanya 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (*inner model*)

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis *Smart PLS* (Partial Least Square) tersebut selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan *Smart PLS*

Pembahasan

Pengaruh Diversifikasi produk terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa Diversifikasi produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1) dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,43) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,01** ($<0,05$). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa **H_1 diterima** artinya apabila Diversifikasi produk meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Diversifikasi produk menurun maka Kepuasan konsumen juga akan ikut menurun. Diversifikasi produk akan membuat konsumen percaya terhadap berbagai kebutuhan yang diperlukan dalam dirinya agar dapat terpenuhi untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Semakin beragam produk yang ditawarkan oleh Percetakan Rava maka ketertarikan dari para konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan akan tinggi dan semakin meningkat pula kepuasan konsumen terhadap produk yang telah mereka miliki. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Sa'adah (2019).

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis kedua menyatakan bahwa Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1) dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (1,06) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,00 ($<0,05$). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa **H₂ diterima** artinya apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Kepuasan konsumen akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen juga akan ikut menurun. Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan maka dalam hal ini apabila Kualitas pelayanan yang diberikan dari Percetakan Rava baik yaitu karyawan saat melayani para konsumen maka artinya tingkat Kepuasan konsumen yang merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan tersebut semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Faize (2021).

Pengaruh Diversifikasi produk terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil uji hipotesis ketiga menyatakan bahwa Diversifikasi produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan (Y_2) dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,36) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,00 ($<0,05$). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa **H₃ diterima** artinya apabila Diversifikasi produk meningkat maka Loyalitas pelanggan akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Diversifikasi produk menurun maka Loyalitas pelanggan juga akan ikut menurun. Percetakan Rava akan meningkatkan produk mereka agar dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan, dalam hal ini Diversifikasi produk merupakan strategi dari pemilik Percetakan Rava untuk menciptakan Loyalitas pelanggan. Apabila pihak Percetakan Rava menyediakan produk yang beragam dengan menyediakan kebutuhan dari para pelanggan, maka mereka akan memiliki komitmen terhadap produk yang mereka butuhkan. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Aldiva (2019).

1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil uji hipotesis keempat menyatakan bahwa Kualitas pelayanan (X₂) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan (Y₂) dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,73) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,00** (<0,05). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa **H₄ diterima** artinya apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Loyalitas pelanggan akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kualitas pelayanan menurun maka Loyalitas pelanggan juga akan ikut menurun. Kualitas pelayanan menggambarkan bagaimana karyawan dari Percetakan Rava memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara menyediakan sarana dan prasarana, apabila bukti fisik tersebut memadai pelanggan maka tingkat komitmen dari seorang pelanggan akan tinggi terhadap Percetakan Rava. Meningkatnya Kualitas pelayanan dari karyawan akan tercipta pelanggan yang loyal, hal ini dapat mempengaruhi kemampuan karyawan. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Hidayatullah (2021).

17 Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil uji hipotesis kelima menyatakan bahwa Kepuasan konsumen (Y₁) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan (Y₂) dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,48) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,01** (<0,05). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa **H₅ diterima** artinya apabila Kepuasan konsumen meningkat maka Loyalitas pelanggan akan meningkat pula, begitupun sebaliknya apabila Kepuasan konsumen menurun maka Loyalitas pelanggan juga akan ikut menurun. Keloyalitasan pelanggan dapat memberikan dan mempertahankan kualitas usaha dari Percetakan Rava, pandangan ini dapat dilihat dari saat mereka melakukan interaksi kepada seluruh konsumennya. Dengan adanya konsumen yang loyal maka pihak Percetakan Rava dapat memberikan pandangan positif dari calon konsumen. Loyalitas pelanggan tidak pernah lepas dari adanya Kepuasan konsumen dalam melakukan aktivitas dan permintaan pada sebuah jasa atau produk. Dengan adanya pelanggan yang loyal akan meningkatkan perekonomian

bagi pemilik Percetakan Rava. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Oktaviani (2019).

Pengaruh Diversifikasi produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,20) dan nilai *P Value* yaitu 0,00 ($< 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Diversifikasi produk (X_1) terhadap Loyalitas pelanggan (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh signifikan positif, dengan demikian **H₆ diterima**. Hasil ini mengindikasikan bahwa peran Diversifikasi produk terhadap usaha memiliki peran yang sangat penting guna untuk meningkatkan sektor perekonomian, oleh sebab itu keanekaragaman pada produk ini mampu untuk memberikan pengaruh yang konstruktif kepada para pelanggan sehingga segala macam kegiatan transaksi yang dilakukan guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Pihak Percetakan Rava mampu menciptakan strategi melalui Diversifikasi produk yang mereka tawarkan maka akan berdampak terhadap Kepuasan konsumen maupun kesejahteraan para konsumen yang telah melakukan transaksi secara rutin terhadap usaha ini, karena ketika keragaman produk dalam usaha dapat memenuhi kebutuhan para konsumen maka Kepuasan konsumen akan tercipta. Hal tersebut menyatakan bahwa secara tidak langsung Loyalitas pelanggan yang meningkat akan berdampak terhadap kepuasan para konsumen. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Sa'adah (2021) dan Oktaviani (2019).

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,24) dan nilai *P Value* yaitu 0,00 ($< 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh signifikan positif, dengan demikian **H₇ diterima**. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan Kepuasan konsumen dalam menentukan Loyalitas pelanggan. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan

yang kuat dengan sebuah perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan tersebut memungkinkan Percetakan Rava untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan memahami target pasar akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan tersebut dapat meningkatkan Kepuasan konsumen melalui pemberian pelayanan yang baik, ramah dan sopan sehingga akan berdampak terhadap pengaruh terciptanya loyalitas yang tinggi pada konsumen di suatu perusahaan yang menggunakan strategi tersebut. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Faize (2021) dan Oktaviani (2019).

23 KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dan diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Diversifikasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen, (H_1 diterima);
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen, (H_2 diterima);
3. Diversifikasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan, (H_3 diterima);
4. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan, (H_4 diterima);
5. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas pelanggan, (H_5 diterima);
6. Diversifikasi produk terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif (H_6 diterima);
7. Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan positif (H_7 diterima).

DAFTAR PUSTAKA

- ²⁰ Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, P. 2012. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Benson. 2017.²¹ *From business strategy to IT action. Right decisions for a bottom line*. New Jersey: John Willey and Sons, Inc.
- ⁴⁶ Daryanto. 2014. *Pendekatan Pembelajaran Saintifik. Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Gava Media.
- ⁸ Ghozali I dan Ratmono D. 2013. *Analisis Multivariate dan Ekonometrika (Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Eviews 8, ISBN, UNDIP)*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- ²⁵ Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- ³⁹ Griffin, J. 2015. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J et. al. 2018.⁵⁹ *Multivariate Data Analysis (Seventh Edition)*. Newyork: Prentice Hall International.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*.¹⁵ Jakarta: Erlangga.
- Kotler P dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- ⁵⁵ Nazir, M. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riduwan. 2017.⁶⁵ *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.⁵ Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2017.¹³ *Service, quality, and satisfaction. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijayanti, T. 2012. *Marketing Plan, Perlukah?* Jakarta: Elex Media Komputindo.

● **25% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 25% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

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

- 1
Yogi Sugiarto Maulana. "Meningkatkan Kualitas Produk Terhadap Loya... <1%
 Crossref
- 2
Agung Irsyad Trilaksono, Budi Prabowo. "Analisis Pengaruh Experienti... <1%
 Crossref
- 3
Andrian Wahyu Laksono, Nanang Suryadi. "Pengaruh Citra Merek, Kepe... <1%
 Crossref
- 4
Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualita... <1%
 Crossref
- 5
Syavira Suci Supratman, Silvya L Mandey, Ferdy Roring. "ANALISIS PE... <1%
 Crossref
- 6
Alfian Sigit Permana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LO... <1%
 Crossref
- 7
Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUAS... <1%
 Crossref
- 8
Asqolani Asqolani, Sopian Sopian. "DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR Y... <1%
 Crossref
- 9
Sahir Rai Bhatnagar, Tianyuan Lu, Amanda Lovato, David L Olds et al. "... <1%
 Crossref posted content

- 10

Tri Wijayani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BR...

Crossref

<1%
- 11

Nurul Musqari, Nurul Huda. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loya...

Crossref

<1%
- 12

Ade Suparman. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pe...

Crossref

<1%
- 13

Adriansyah, Gatot Wijayanto, Ando Fahda Aulia. "Pengaruh Bauran Pro...

Crossref

<1%
- 14

Maulidia Wulan Anggraini, Tin Agustina Karnawati, Widi Dewi Ruspitas...

Crossref

<1%
- 15

Aprielia Winata, Budi Prabowo. "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Kualitas...

Crossref

<1%
- 16

Devi Fitriani, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH KUALITAS PELAY...

Crossref

<1%
- 17

Eru Ahmadia. "PENGARUH KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KUALITAS...

Crossref

<1%
- 18

ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KU...

Crossref

<1%
- 19

Siti Solikha, Imam Suprpta. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PEL...

Crossref

<1%
- 20

Agnes Febri Roman Putri Mendrofa, Donal Nababan, Mido Ester J. Sito...

Crossref

<1%
- 21

B. Cumps. "Managing for Better Business-IT Alignment", IT Profession...

Crossref

<1%

- 22

Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEP...

Crossref

<1%
- 23

Fahmi Kamal, Widi Winarso, Wastam Wahyu Hidayat. "PENGARUH AB...

Crossref

<1%
- 24

Fitriani, Robin Jonathan, Adisthy Shabrina Nurqamarani. "PENGARUH ...

Crossref

<1%
- 25

Husnah Nur Laela Ermaya, Ayunita Ajengtiyas Saputri Mashuri. "The In...

Crossref

<1%
- 26

Lemiyana Lemiyana, Aziz Septiatin. "PERAN DAN KUALITAS DOSEN PE...

Crossref

<1%
- 27

Muslim Tadjuddah, Nur Isiyana Wianti, Taane La Ola, Suriana, Baru Sa...

Crossref

<1%
- 28

Umiyati Umiyati, Suyoto Suyoto. "ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASA...

Crossref

<1%
- 29

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

Crossref

<1%
- 30

Agus Sriyanto. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KE...

Crossref

<1%
- 31

Difta Octavia Saridewi, Rusdi Hidayat Nugroho. "Pengaruh Citra Merek,...

Crossref

<1%
- 32

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

Crossref

<1%
- 33

Muhammad Akmal Farhani Lantif, Nabeta De Nastiti, Nur Mahasih Hap...

Crossref

<1%

- 34 Hanlian Lin, Suyu Huang, Jiawei Lu, Haibo Chen. "Research on the Pow... <1%
Crossref
-
- 35 Mesi Fitriani, Syaparuddin Syaparuddin, Jaya Kusuma Edy. "Analisis fa... <1%
Crossref
-
- 36 Steve Marshelino Dewana Sumilat, Joyce Lapien, Debry Lintong. "Peng... <1%
Crossref
-
- 37 Candra Ardi Wibowo. "Pengaruh Pelatihan Kerja, Lingkungan Kerja Dan... <1%
Crossref
-
- 38 Dani Agung Wicaksono, Trias Ayu Laksanawati, Dwi Budian Ningsih. "P... <1%
Crossref
-
- 39 Faiz Khudlari Thoha, Habibulloh Mubarrok, Fathurrahman Masrukan. "S... <1%
Crossref
-
- 40 I Gusti Ngurah Satria Wijaya, Made Dharma Ekayasa. "Perilaku Keputus... <1%
Crossref
-
- 41 Rizky Oktaviani Putri, Shantika Martha. "ANALISIS KUALITAS PELAYA... <1%
Crossref
-
- 42 Alfin Taufiq Almujab, Moch. Mukhlison. "Pengaruh Motivasi Belajar Da... <1%
Crossref
-
- 43 Chairunnisa Oktaviani, Ina Sintia, Maya Panorama, Siti Salsabila. "Peng... <1%
Crossref
-
- 44 Dimas Nanda Adibrata, Vidi Rosen, Marusaha Lumban Gaol, Nanang H... <1%
Crossref
-
- 45 Faridah, Yayat Hidayat Amir, Basukiyatno. "Studi Tentang Kualitas Pela... <1%
Crossref

- 46

Mieke Souisa, Agustina Huliselan. "MOTIVASI BELAJAR SISWA SMP N...

Crossref

<1%
- 47

Nandang Bekti Karnowati, Herni Justiana Astuti, Pujiharto Pujiharto, Az...

Crossref

<1%
- 48

Septiza Haryani, Syukri Hamzah, Arono Arono. "PEMBELAJARAN MEN...

Crossref

<1%
- 49

Shofi Nur Rahmah. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHAD...

Crossref

<1%
- 50

Tsai, Ming-Tien, Chung-Lin Tsai, and Han-Chao Chang. "The Effect of C...

Crossref

<1%
- 51

Vebryanti Maria Salukh, Boanerges Putra Sipayung, Dira Asri Pramita,...

Crossref

<1%
- 52

ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRIT...

Crossref

<1%
- 53

Anugrah Moh Nur, Syamsul Bahri, Nirwan Nirwan. "KUALITAS PRODUK ...

Crossref

<1%
- 54

Darfial Guslan, Mia April Yani. "Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Pro...

Crossref

<1%
- 55

Edi Eskak, Retno Widiastuti. "SENI RIAS SUKU DANI SEBAGAI INSPIRA...

Crossref

<1%
- 56

John Paul V. Quindo, Lilibeth A. Bucol, Abner A. Bucol, Billy T. Wagey. "...

Crossref

<1%
- 57

Mega Naliyah Syahfitri, Danang Kusnanto. "Pengaruh Kualitas Pelayan...

Crossref

<1%

- 58

Refly Chrismariyanto, Rosida Adam, Farid Farid. "PENGARUH KUALITA...

Crossref

<1%
- 59

Siti Puti Fauziah Hilman, Novi Marlana. "PENGARUH EXPERIENTIAL M...

Crossref

<1%
- 60

ZAINAL ARIFIN. "PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP L...

Crossref

<1%
- 61

Ana Ramadhayanti. "Strategi Komunikasi Melalui Viral Marketing dan ...

Crossref

<1%
- 62

Anwar Nugraha, Hanisa Sismaya Lestari, Nurjaya Nurjaya. "PENGARUH...

Crossref

<1%
- 63

Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand I...

Crossref

<1%
- 64

ELLA ISDA ALFA SETIA DIATY. "PENGARUH HARGA DAN FASILITAS T...

Crossref

<1%
- 65

Ende Ende, Ahmad Asep Firdaus. "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhada...

Crossref

<1%
- 66

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

Crossref

<1%
- 67

Lailizakiatul Makrifah, Yudha Trishananto. "PENGARUH BUKTI FISIK, L...

Crossref

<1%
- 68

M. Andi Ardiyanto, Mr. Tabrani. "PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DA...

Crossref

<1%
- 69

Tirza Chrissentia, Julianti Syarief. "ANALISIS PENGARUH RASIO PROFI...

Crossref

<1%

- 70
Publication
<1%
- 71
Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PR..."
<1%

Crossref
- 72
Marliana Handata Saputri, Didik Kurniawan, Mazna Mazna, Vicky F San...
<1%

Crossref
- 73
Argawijana Argawijana, Asdar Djamereng, Andi Faisal Bahari. "Menguk..."
<1%

Crossref
- 74
Atika Rona, Siti Ning Farida. "Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Im..."
<1%

Crossref
- 75
Ni Made Wiwin Karuniati, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "Pengaruh..."
<1%

Crossref
- 76
Septy Chaerunnisa, Muhammad Syaifulloh, Dwi Harini. "Pengaruh Pro..."
<1%

Crossref

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi..."	8%
Crossref	
Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loy..."	8%
Crossref	
Eka Puspita Sari, Miswanto Miswanto. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN J..."	7%
Crossref	
Prawiniko Sugistianto, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ..."	7%
Crossref	
Fikia Siti Meisaroh, Rusdi Hidayat Nugroho, Sonja Andarini, Lia Nirawati. "Anal..."	7%
Crossref	
Anang Kurniawan, Ambar Lukitaningsih, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar..."	6%
Crossref	
Sindi Pratica Sari, Zulkarnain Nasution, Abdul Halim. "Analisis Pelayanan, Citr..."	6%
Crossref	
Deddy Rakhmad Hidayat, Peridawaty. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Har..."	6%
Crossref	
Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS P..."	6%
Crossref	
Diah Ambarwati, Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Kualitas E-Service Terhada..."	5%
Crossref	

Lilis Nur Afiah, Budi Prabowo. "Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepua... Crossref	5%
Melisa Virjina Inkirwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran. "PENGAR... Crossref	5%
Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYAN... Crossref	5%
Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPU... Crossref	5%
Putu Laksmita Dewi Rahmayanti, Ni Wayan Ekawati. "Pengaruh Kualitas Layan... Crossref	5%
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ... Crossref	5%
I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TE... Crossref	4%
Erni Setyowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA ME... Crossref	4%
Ilza Febrina, Lisa Nurlitasari, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELA... Crossref	4%
Tengku Putri Lindung Bulan, Riny Chandra. "The Effect of Ewom, Digital Marke... Crossref	4%
Afria Perizky. "Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan d... Crossref	4%
Mohamad Dimiyati. "KOMPARASI PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DE... Crossref	4%

Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, Taufiq Anshori. "Pengaruh Keunggulan ...	4%
Crossref	
Ni Kadek Sintha Pratiwi, I Wayan Suartina, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "...	4%
Crossref	
Novia Indah Lestari. "Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Prod...	4%
Crossref	
I Wayan Suartina, Anak Agung Ngurah Sadiartha, Ni Nyoman Rahayu Diantari ...	4%
Crossref	
SARBOINI, Nurfiani SYAMSUDDIN, MARIATI, M. Shiddiq Aulia JAMIL. "Pengar...	3%
Crossref	
Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix Terhada...	3%
Crossref	
Ninda Renatha Indraswari,, Ety Dwi Susanti. "Pengaruh Citra Merek dan Perse...	3%
Crossref	
M. Riszaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Serv...	3%
Crossref	
Dwi Apriliani, Nikmah Baqiyyatus S, Rizka Febila, Vicky F. Sanjaya. "PENGARU...	3%
Crossref	
Mohammad Ubait Hisni, Feti Fatimah, Yohanes Gunawan. "Analisis Pengaruh ...	3%
Crossref	
Markoni Markoni. "ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPU...	3%
Crossref	
Sumiati Pulungan, Yanti Fitria. "The Effect of Quantum Model to Students' Lea...	3%
Crossref	

Ni Nyoman Suriani, Idris Azis, Mohammad Ali Murad. "PENGARUH KUALITAS ...	3%
Crossref	
Efraim Honey Pratama, Ariadi Santoso, Endang Girahani. "PENGARUH KUALIT...	3%
Crossref	
Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, Joko Utomo. "ANALISIS PENGA...	3%
Crossref	
Zunita Rohmawati. "KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHAD...	3%
Crossref	
Hayatul Millah. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TELLER TERHADAP KEP...	2%
Crossref	
Muhammad Supriyanto. "SERVICE EXCELLENCE, DAMPAK DAN PENGARUHN...	2%
Crossref	
Rosi Imaniah. "Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Terhadap Kinerja Pega...	2%
Crossref	
Tia Aprilia Susnita. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan T...	2%
Crossref	
Fyrdha Faradyba Hamzah, Gisyari Mustagfirah Surur. "Analisis dampak baura...	2%
Crossref	
Suparna Wijaya, Ayu Kusuma Dewi. "Determinants of foreign direct investmen...	2%
Crossref	
Resi Afrida, Syahmardi Yacob, Novita Sari. "Membangun loyalitas pelanggan ...	2%
Crossref	
Heriyanto, Eddy Soegiarto K, dan Selviana Meikayanti. "PENGARUH PROGRA...	2%
Crossref	

Adriansyah Adriansyah, Syamsul Bachri Daeng Parani, Ira Nuriya Santi. "KUAL...	2%
Crossref	
Sofiyatus Soleha, Miftahus Surur. "Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Belajar Ter...	1%
Crossref	
Ria Apriliani, Evi Martaseli, Ade Sudarma. "PENGARUH PIUTANG USAHA DAN ...	1%
Crossref	
Apriyanti Apriyanti, Neni Triana M.. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap K...	1%
Crossref	
Alfian Alfian, Jeni Kamase, Hasanudin Damis. "Pengaruh Bauran Pemasaran ...	1%
Crossref	
Rifdah Abadiyah. "Pengaruh Budaya Organisasi, Kompensasi terhadap Kepua...	1%
Crossref	
Selva Temalagi, Fanny Monica Anakotta. "AKUNTABILITAS PENGELOLAAN D...	1%
Crossref	
Eliakim Purba, Diding Kusnady. "Pengaruh Kualitas Jasa Dan Pelayanan Prima...	1%
Crossref	
Oviradita Nobmadella, Nurhadi ,. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepua...	1%
Crossref	
Dian Widiyati. "PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVER...	1%
Crossref	
Omar Hendro, Wani Fitriah, Belliwati Kosim. "Penerapan Kualitas dan Kemasa...	<1%
Crossref	
Deasy Rinayanti Pelealu. "ANALISIS CUSTOMER LOYALTY YG DIPREDIKSI OL...	<1%
Crossref	

Onita Sari Sinaga, Debi Eka Putri, Astri Rumondang Banjarnahor, Fitria Halim, ... <1%

Crossref

Riza Amalia Rifani, Mursalim Mursalim, Hamzah Ahmad. "Pengaruh Keadlilan,..." <1%

Crossref

Renny Lubis. "PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTU..." <1%

Crossref

Azizah Hanum. "PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPU..." <1%

Crossref

Hermawati Sulaiman. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI K..." <1%

Crossref

Poppy Fristy. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP P..." <1%

Crossref

Siti Asyraini Siti Asyraini. "PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN INOVASI PR..." <1%

Crossref