

PAPER NAME

348-Transcripts-938-1-10-20190331.pdf

WORD COUNT

6166 Words

CHARACTER COUNT

38311 Characters

PAGE COUNT

18 Pages

FILE SIZE

408.4KB

SUBMISSION DATE

Apr 10, 2023 3:29 PM GMT+7

REPORT DATE

Apr 10, 2023 3:30 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

PENGARUH BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU MUSLIM PADA TOKO BUTIK ARAFAH DI SITUBONDO

Yudhistira Harisandi¹⁾, Widya Fransiska²⁾, Rini Kartika Sari³⁾

Email : yudhistira.vt94@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

1 Abstract

This study aims to determine the effect of partially cultural, social and personal variables on purchasing decision variables, to find out the effect of cultural, social and personal variables together on purchasing decision variables, and to find out which of the cultural, social and personal variables dominantly influence the purchasing decision variable. The data analysis method used in this study is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, dominant test, and coefficient of determination. Partial statistical test or t test for Cultural variable (X1) shows the value of t arithmetic $2.692 > t$ table 1.985 and significant value $t < 0.008 < 0.050$. then H_0 is accepted and H_a is rejected. Partially means that the Culture variable (X1) does not have a significant effect on the purchasing decision variable (Y). The results of the t test for Social variables (X2) show the value of $t_{count} 3.552 > t$ table 1.985 and significant value $t < 0.001 < 0.050$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Partially means that the Social variable (X2) has a significant influence on the purchasing decision variable (Y). The results of the t test for Personal variables (X3) show the value of $t_{count} 2.198 > t$ table 1.985 and the significant value $t < 0.03 < 0.050$, then H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: Culture, Social, Personal, Purchasing Decisions, Muslim Clothing

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan peradaban manusia mengakibatkan terjadinya pergeseran nilai-nilai yang ada didalam kehidupan masyarakat, termasuk didalamnya adalah adanya perubahan pola konsumsi terhadap berbagai macam produk. Perkembangan peradaban dan sosial budaya serta makin majunya ilmu pengetahuan dan tehnologi sangatlah berpengaruh terhadap sikap dan perilaku masyarakat konsumen.

Perkembangan produk saat ini menjadi suatu bidang atau usaha yang menarik dan mempunyai peranan yang tidak kecil dalam konsumsi masyarakat setiap harinya. Pembangunan ekonomi di Indonesia saat ini sedang mengalami krisis, karena rupiah melemah terhadap dolar. Kebutuhan pokok masyarakat sangat mahal dikarenakan bahan baku untuk industri, sebagian ekspor dari luar negeri.

Saat ini yang berkembang di Indonesia adalah model busana

seperti busana muslim, kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat semakin banyak tapi tingkat kepercayaan masyarakat itu sendiri mempengaruhi untuk membeli di sebuah toko busana muslim. Jadi semakin banyak produk maka semakin banyak pula pilihan para konsumen untuk memakai atau menggunakannya. Pada saat ini persaingan bisnis semakin ketat karena setiap perusahaan ingin memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumennya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman. Kepuasan konsumen adalah tujuan utama suatu perusahaan. Munculnya kepuasan konsumen baik dalam hal pembelian maupun layanan, konsumen cenderung akan kembali lagi berbelanja dan bahkan dapat berbicara tentang kebaikan perusahaan kepada orang lain. Salah satu bisnis yang banyak bermunculan saat ini adalah bisnis pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan setiap orang yang tak dapat ditinggalkan.

Masyarakat di Situbondo telah mengenal tren model pakaian. Berbagai model pakaian pada akhirnya mengalami perkembangan untuk memenuhi keinginan konsumen. Dewasa ini mulai berkembang toko pakaian yang menjual produk-produk busana muslim. Bisnis busana muslim mulai diminati karena telah banyak orang tertarik dengan busana muslim yang modis, sehingga berbusana muslim pun tidak lagi dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Meskipun telah banyak toko yang menawarkan produk-produk busana muslim,

namun tidak semua busana muslim yang dijual bisa dikatakan *kaffah*. Busana muslim merupakan busana/pakaian yang digunakan untuk menutup aurat pemakainya, sementara busana yang *kaffah* merupakan busana muslim yang dapat menutup aurat sesuai dengan tuntutan agama. Setiap konsumen bisa mendapatkan busana muslim yang *kaffah* dan modis, akan tetapi busana muslim yang modis belum tentu *kaffah*. Dikatakan modis tapi tidak *kaffah* karena busana muslim tersebut menutup aurat namun masih dapat memperlihatkan lekuk tubuh pemakainya. Pakaian mempunyai dua fungsi dalam pandangan Islam, yaitu sebagai alat untuk menutup aurat dan sebagai perhiasan bagi pemakainya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller (2012:17) bahwa proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor yaitu: faktor Kebudayaan, faktor Sosial, faktor Pribadi dan faktor psikologi. Masing-masing faktor dapat dijelaskan bahwa lingkungan tempat tinggal seseorang bias menjadi pendukung seseorang dalam menggunakan busana muslim. Hal ini bias dilatar belakangi oleh kebanyakan orang dilingkungan adalah pengguna busana muslim, oleh karena itu membuktikan bahwa lingkungan yang ditempati oleh seseorang bisa menjadi alasan mengapa kebudayaan dan kebiasaan menggunakan busana muslim. Selain hal itu yang menjadi latar belakang adalah faktor sosial, pada saat sekarang ini muslimah dalam kalangan mana pun sudah mulai

menggunakan busana muslim. Semakin bagus busana muslim yang dimiliki oleh seseorang bias melihatkan bagaimana tingkat sosialnya, karena disesuaikan dengan harga dari busana muslim tersebut.

Menurut Sutisna (2001:6) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen. Faktor pertama adalah konsumen individual, artinya pilihan untuk membeli suatu produk jenis tertentu dipengaruhi oleh hal hal yang ada pada diri konsumen. Faktor yang kedua adalah lingkungan yang mempengaruhi konsumen, dan faktor yang ketiga yaitu stimulus pemasaran atau disebut juga strategi pemasaran. Fenomena yang ada dan berkembang saat ini pelengkap busana muslim utamanya jilbab kerudung kepala dengan berbagai perubahan model dan bentuknya semakin digemari oleh sebagian besar wanita muslim.

Salah satu toko yang menjalankan usaha dibidang busana muslim adalah Toko Arafah. Toko Arafah tidak hanya menyediakan berbagai macam model busana muslim, akan tetapi juga tersedia kerudung, perlengkapan sholat, perlengkapan haji dan yang lainnya. Toko Arafah mencoba menyediakan busana muslim untuk seluruh keluarga. Sehingga busana muslim yang ditawarkan bukan hanya busana wanita, namun juga busana pria dan anak-anak. Toko Arafah memperbolehkan pelanggannya menukarkan maupun mengembalikan barang yang sudah dibeli dengan ketentuan belum melebihi 7 hari setelah transaksi, dapat menunjukkan nota pembelian, barang belum dipakai, dan barang

tidak cacat serta rusak. Keberadaan toko tidak akan lengkap tanpa adanya pembeli (konsumen). Toko didirikan untuk memfasilitasi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen pada saat membeli. Konsumen memiliki hak untuk meneruskan maupun meninggalkan keputusan belinya manajer toko harus memprediksikan berbagai hal yang mungkin menjadi pertimbangan konsumen.

Pengambilan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:128), pembelian juga dipengaruhi oleh faktor-faktor situasi yang tak disangka-sangka dari banyaknya faktor yang melatar belakangi keputusan pembelian maka penulis menggunakan faktor sosial budaya sebagai indikator penelitian ini. Proses pengambilan keputusan memiliki lima tahapan sebagaimana dikemukakan Kotler dan Keller (2012:249) yaitu tahap pengenalan kebutuhan, tahap pencarian informasi, tahap evaluasi alternatif, tahap keputusan pembelian dan tahap perilaku pasca pembelian. Berdasarkan pemikiran dan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Muslim Pada Toko Butik Arafah Di Situbondo.**

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel budaya, sosial dan pribadi berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian?
2. Apakah variabel budaya, sosial dan pribadi berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian?
3. Manakah yang paling dominan berpengaruh diantara variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap variabel keputusan pembelian?

22 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel budaya, sosial dan pribadi secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel budaya, sosial dan pribadi secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap variabel keputusan pembelian.

Tinjauan Pustaka

Landasan Teori

Faktor Budaya

Menurut Kotler dan Keller (2012:203) “Kebudayaan didefinisikan sebagai keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakannya untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan dan pengalamannya, serta menjadi

landasan bagi tingkah-lakunya. Kebudayaan merupakan serangkaian aturan-aturan, petunjuk-petunjuk, rencana-rencana, dan strategi-strategi yang terdiri atas serangkaian model-model kognitif yang dipunyai oleh manusia, dan digunakannya secara selektif dalam menghadapi lingkungannya sebagaimana terwujud dalam tingkah-laku dan tindakan-tindakannya. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk hidup lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapat seperangkat nilai persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

Faktor-faktor dalam budaya

Kultur

Kultur atau budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Pada umumnya berawal dari kegiatan atau pemikiran yang dianggap wajar hingga membentuk kebiasaan yang sulit diubah. Kebudayaan berkembang menjadi bentuk umum dari masyarakat berupa nilai, norma, persepsi, preferensi dan perilaku yang diperoleh seseorang dari keluarga atau lembaga penting lainnya.

2. Sub kultur

Sub kultur atau sub budaya adalah bagian dari budaya yang cakupannya lebih sempit karena terpisah oleh sistem nilai. Setiap budaya memiliki sub budaya tersendiri yang merupakan identifikasi dan

sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sub budaya meliputi kelompok keagamaan, kelompok ras, dan wilayah geografis.

Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan atau referensi, keluarga serta peran dan status sosial. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus-menerus dan informal. Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi, dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.

Indikator Sosial menurut (Kotler dan Keller, 2012:217) Adalah sebagai berikut:

1. Kelompok acuan adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tetapi informal seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder yang mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler seperti

kelompok keagamaan, asosiasi, profesional dan serikat pekerja.

2. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen terkecil dalam masyarakat, dan telah menjadi objek penelitian yang luas.
3. Peran dan status terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat. Setiap peran akan memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli (Setiadi, 2003:43). Orang membeli barang dan jasa sepanjang hidupnya. Mereka makan makanan bayi pada tahun-tahun awal hidupnya, banyak ragam makanan dalam tahun-tahun pertumbuhan dan dewasa, dan diet khusus dalam tahun-tahun berikutnya. Selera orang terhadap pakaian, perabot, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Sembilan tahap siklus hidup keluarga, serta situasi keuangan yang berbeda dalam tiap tahap siklus hidup memunculkan kebutuhan yang berbeda.

Faktor pribadi terdiri dari :

- 1) Usia dan tahap siklus hidup orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makan seringkali berhubungan dengan usia. Proses pembelian juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.
- 2) Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang atau jasa yang akan dibelinya. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerja tertentu. Orang yang mempunyai pendapatan tinggi dalam golongan sosial mereka dinamakan hak istimewa yang lebih, sementara mereka dalam golongan yang sama yang mempunyai pendapatan yang rendah disebut hak istimewa yang kurang (Mowen 2002:331).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Pengertian keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2012:226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa yang ditawarkan.

Tahap Pengambilan Keputusan

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:162) tahap pengambilan keputusan ada lima, yaitu :

- 1) Pengenalan kebutuhan.

Tahap pertama proses keputusan pembelian, yaitu ketika konsumen mengenali adanya masalah atau kebutuhan dimana pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan.

Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal, rangsangan internal adalah kebutuhan normal seseorang yang muncul ketingkat yang cukup tinggi untuk menjadi dorongan.

Kebutuhan juga dapat dipicu oleh rangsangan eksternal, yaitu pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui kebutuhan atau masalah apa yang muncul, apa yang menarik mereka, dan bagaimana hal menarik itu membawa konsumen pada produk tertentu.

- 2) Pencarian informasi.

Tahap dari proses keputusan pembelian, yang merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian atau semakin aktif mencari informasi.

- 3) Evaluasi alternatif.

Tahap dari proses keputusan pembelian, yaitu ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam peringkat pilihan. Dengan bantuan informasi-informasi yang tersedia maka akan memudahkan konsumen untuk melakukan pengamatan alternatif yang dikumpulkan melalui

berbagai informasi. Dengan demikian, konsumen sudah mempunyai fungsi utility untuk setiap sifat-sifat produk. Pemasarn harus mengetahui mengenai evaluasi alternative, artinya bagaimana konsumen mengolah informasi sampai pada pemilihan merek.

74 METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, mulai bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2018 dengan melampirkan surat ijin meneliti dari pihak Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo pada Toko Butik Arafah Jl. Achmad Yani No.133, Dawuhan, Kabupaten Situbondo.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah 2 wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80).

Menurut Sugiyono (2011:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan tehknik pengambilan sampel 47 *nonprobability sampling* dengan cara *total sampling* atau sampel jenuh adalah tehknik sampling yang dilakukan dengan mengambil seluruh populasi.

Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Identifikasi Variabel

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka keadaan metode dianggap sebagai pedoman atau landasan yang baik dimana dalam hal ini pengumpulan data maupun dalam melakukan analisis data sehingga akan memberikan arah yang baik.

1. Variabel bebas (*independent variabel*)
 - 1) Budaya
 - 2) Sosial
 - 3) Pribadi
2. Variabel terikat (*dependent variabel*)
Keputusan Pembelian

Definisi operasional Variabel

13 Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 1997:74).

1. Budaya ($X_{1.1}$)
 - 1) Kebiasaan mendengar tentang produk ($X_{1.1}$) adalah kebiasaan mendengar tentang produk yang dijual di masyarakat.
 - 2) Kelompok terdekat dalam membeli produk ($X_{1.2}$) adalah kelompok terdekat yang membeli produk.
 - 3) Penilaian kualitas produk ($X_{1.3}$) adalah penilaian kualitas produk oleh masyarakat.
2. Sosial ($X_{2.1}$)
 - 1) Kelompok Acuan ($X_{2.1}$) adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama.
 - 2) Keluarga ($X_{2.2}$) adalah organisasi pembelian konsumen terkecil dalam masyarakat, dan telah menjadi objek penelitian yang luas.

- 3) Peran dan status sosial di masyarakat ($X_{2,3}$) aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya.
3. Pribadi ($X_{3,1}$)
- 1) Pekerjaan ($X_{3,1}$) adalah orang yang mempunyai pendapatan tinggi dalam golongan sosial mereka dinamakan hak istimewa yang lebih, sementara mereka dalam golongan yang sama yang mempunyai pendapatan yang rendah disebut hak istimewa yang kurang.
 - 2) Hubungan antara kepribadian dan produk ($X_{3,2}$) adalah kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis unik yang menyebabkan respon relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri.
 - 3) Kondisi keuangan ($X_{3,3}$) adalah kondisi dimana seseorang mempunyai pendapatan pribadi.
4. Keputusan Pembelian (Y)
- 1) Sikap orang lain (Y_1) adalah sikap seseorang dalam melakukan keputusan pembelian dengan cara konsumen memilih informasi yang paling relevan bagi benefit yang yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka.
 - 2) Situasi ketika membeli (Y_2) adalah Konsumen akan mengevaluasi karakteristik dari berbagai produk atau merek dan memilih yang mungkin paling memenuhi manfaat yang diinginkannya.
 - 3) Kepuasan saat membeli (Y_3) adalah konsumen melakukan

pembelian maka evaluasi pasca pembelian terjadi. Jika kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden (Singarimbun & Effendi, 1995:192).
2. Kuesioner (angket) adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden dan responden akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut (Umar Husein, 2005:82).
3. Observasi, merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh seorang pegawai negeri sipil di kantor kecamatan Tapen kabupaten Bondowoso.
4. Dokumentasi adalah pengumpulan data dan informasi melalui arsip dan dokumentasi (Umar Husein, 2005:83) untuk memperoleh data pendukung yang dibutuhkan dari sumber yang dapat dipercaya maka digunakan teknik dokumentasi.

Metode Analisa Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2011:119) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlations*) dengan r_{tabel} . r_{tabel} diperoleh melalui rumus: $df = n - 2$ dengan tingkat probabilitas atau $\alpha = 0,05$.

Dimana :

df = *degree of freedom*

n = jumlah sampel

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2005:45).

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

R_{xy} = koefisien korelasi (r – hitung)

$\sum x$ = Skor variabel independen

$\sum y$ = Skor variabel dependen

$\sum xy$ = Hasil kali skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk melihat sejauh mana tingkat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2011:121) mengemukakan bahwa: "instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama".

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$. Sedangkan jika nilai $\alpha < 0,60$ maka tidak reliabel (Ghozali, 2005:42) dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan :

α = Koefisien Reliabilitas

r = Korelasi antar item

k = Jumlah item

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya menurut Sugiyono (2011 : 275) digunakan rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja pegawai negeri sipil

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Budaya

X_2 = Sosial

X_3 = Pribadi

e = Standart error, tingkat fluktuasi dari penduga atau statistik

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan pengujian secara parsial antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) yang diperoleh, dilakukan dengan uji t seperti yang dikemukakan Sudjana (2005:337) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

t = Uji t

Dengan kriteria penerimaan:

1. Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$,

maka H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
3. t_{tabel} diperoleh dari: $df = n - k$ ($\alpha / 2$)

Dimana:

- df = degree of freedom
 n = jumlah sampel
 k = jumlah variabel bebas dan variabel terikat
 $\alpha = 0,05$

Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji kebenaran hipotesis kedua digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian atau signifikansi regresi secara keseluruhan seperti yang dikemukakan (Sugiyono, 2013:192). Uji F ini disebut juga dengan uji serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (Y) yaitu untuk menguji variabel bebas yang berpengaruh antara variabel bebas X_1 dan X_2 secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel terikat (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

- F = F hitung
 k = Jumlah variabel bebas
 r^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah sampel

Kriteria penujian dengan taraf signifikan 5% adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = b_2 = 0$
 Artinya variasi variabel bebas (gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja) secara bersama-sama atau *simultan* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kinerja pegawai negeri sipil).

2. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$
 Artinya variasi variabel bebas (gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja) secara bersama-sama atau *simultan* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kinerja pegawai negeri sipil).

Pengujian dengan uji F variannya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t) pada $\alpha = 0,05$.

3. Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara keseluruhan atau *simultan* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
4. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara keseluruhan atau *simultan* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

F tabel diperoleh:

$$df_{N_1} = k - 1$$

$$df_{N_2} = n - k$$

Dimana:

- df = degree of freedom
 n = jumlah sampel
 k = jumlah variabel bebas dan variabel terikat

Koefisien Determinasi

9 Koefisien determinan (R^2) untuk mengetahui tingkat ketetapan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinan (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisiensi determinan (R^2) nol variabel independent sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent. 112 Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). (Ghozali, 2005:83) rumus koefisien determinan (K_d) yaitu:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d : Koefisien Determinan

R^2 : Kuadrat Koefisien Kolerasi

Dimana apabila:

7 $K_d = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah.

$K_d = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat.

76 Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guiford yang dikutip oleh Supranto (2001: 227) adalah sebagai berikut:

Tinggi Rendahnya Koefisien Determinan

Pernyataan	Keterangan
>4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti

50 – 81%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
>80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber: Supranto (2001:227)

105 **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Perusahaan

Butik Arafah situbondo beralamat di Jl. Achmad Yani. 113, Dawuhan, Kec Situbondo, Kabupaten Situbondo, konsep butik yang ditawarkan adalah suasana butik yang nyaman dan bersih. Tempat yang didesain modern minimalis yang mengesankan suasana butik modern saat ini. Segmentasi pasar yang diutamakan adalah kaum muda, anak-anak, pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Tempat yang didesain menarik dan nyaman bagi para konsumen, desain baju yang ditawarkan pun sangatlah variatif dan inovatif. Harga jual produk-produk yang ada di butik Arafah beraneka ragam mulai dari Rp 75.000 sampai Rp 500.000. Harga tersebut cukup bagi pasar di situbondo, karena target market yang di tuju butik Arafah adalah semua kalangan untuk wilayah Situbondo.

Dalam penarikan tenaga kerja usaha butik Arafah ini memiliki karyawan yang bertugas sebagai kasir dan pramuniaga. Selain tempat yang nyaman bagi para konsumen juga memiliki produk yang *limited*.

Visi Misi Butik Arafah Situbondo

Membantu pemerintah menciptakan lapangan kerja bagi pengangguran yang ada di situbondo.

Menjajaki kerjasama dengan produsen industri kreatif untuk menambah variasi produk.

Analisa Hasil Penelitian

Uji Validitas

Validitas sebuah instrument dapat diketahui dengan melihat nilai *pearson correlation* dan *sig (2-tailed)*. *Pearson correlation* merupakan nilai korelasi skor butir terhadap skor total dari seluruh butir

yang ada. Jika nilai *pearson correlation* > nilai pembanding berupa r tabel, maka butir tersebut valid atau jika nilai *sig (2-tailed)* < 0,05 (Tingkat signifikansi 5% untuk tes dua sisi) berarti butir tersebut valid dan berlaku sebaliknya. Bila terdapat butir yang tidak valid, maka butir tersebut tidak dapat dipergunakan lagi dalam penelitian ini.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1.	X _{1.1}	0,840	0,197	VALID
2.	X _{1.2}	0,818	0,197	VALID
3.	X _{1.3}	0,764	0,197	VALID
4.	X _{2.1}	0,855	0,197	VALID
5.	X _{2.2}	0,746	0,197	VALID
6.	X _{2.3}	0,752	0,197	VALID
7.	X _{3.1}	0,840	0,197	VALID
8.	X _{3.2}	0,758	0,197	VALID
9.	X _{3.3}	0,800	0,197	VALID
10.	Y ₁	0,809	0,197	VALID
11.	Y ₂	0,739	0,197	VALID
12.	Y ₃	0,707	0,197	VALID

Sumber data : Lampiran 4

Dari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien validitas tiap item pertanyaan lebih besar dari r tabel 5% ($\alpha = 0,05$) yang berarti tiap-tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel budaya, sosial, pribadi, dan keputusan pembelian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan

sebuah instrument. Instrumen yang sudah dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* 0,60. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut sudah reliabel.

40 Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	Budaya (X ₁)	0,876	Reliabel
2.	Sosial (X ₂)	0,861	Reliabel
3.	Keputusan pembelian (Y)	0,835	Reliabel

Sumber Data : Lampiran 5

Dari tabel 4.8 di atas dapat diketahui yakni pengujian reliabilitas untuk menguji dari suatu alat ukur untuk masing-masing variabel. Menunjukkan bahwa semua variabel memiliki hasil koefisien Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X₁, X₂) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 for Windows 8 maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut ini :

Tabel 4.11. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.287E-17	.089		.000	1.000
REGR factor score 1 for analysis 1	.205	.111	.205	1.856	.074
REGR factor score 1 for analysis 2	.739	.111	.739	6.678	.000

a. Dependent Variable: REGR factor score 1 for analysis 3

Sumber Data : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,287E-17 + 0,205 X_1 + 0,739 X_2 + e$$

Keterangan :

Y =Variabel terikat (keputusan pembelian)

X₁ =Variabel bebas (budaya)

X₂ =Variabel bebas (sosial)
 X₃ = Variabel bebas (pribadi)

Uji Parsial (t test)

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri atau parsial variabel X terhadap variabel Y.

Hasil pengujian parsial atau uji t mengenai pengaruh masing-masing

variabel bebas X (sosial, pribadi dan pribadi) yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Budaya (X_1)

Variabel budaya (X_1) dengan taraf signifikannya 5% diperoleh dari hasil t_{hitung} sebesar 2.692, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985. Selain itu, nilai signifikan t 0,008 < 0,050, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel budaya (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Secara parsial berarti variabel budaya (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2. Sosial (X_2)

Variabel sosial (X_2) dengan taraf signifikannya 5% diperoleh dari hasil t_{hitung} sebesar 3,552, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,985. Selain itu, diketahui bahwa t_{hitung} 3,552 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan t 0,001 < 0,050, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel sosial (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Secara parsial berarti variabel sosial (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (F test)

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel Budaya, Sosial, dan Pribadi secara bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, perbandingan

antara nilai F_{hitung} 51,990 > F_{tabel} 2,70, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0.000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima variabel Budaya (X_1), variabel Sosial (X_2) dan variabel Pribadi (X_3) bersama-sama secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Uji Dominan

Pengujian hipotesis variabel bebas (Budaya, Sosial dan Pribadi) yang paling berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada toko butik arafah situbondo disajikan dalam tabel sebagaimana berikut ini:

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian diatas adalah menunjukkan nilai pengaruh yang positif variabel Sosial terhadap Keputusan Pembelian di toko butik arafah situbondo. Nilai variabel Budaya (X_1) sebesar 2.692, sedangkan nilai variabel Sosial (X_2) sebesar 3.552, sedangkan nilai Pribadi (X_3) sebesar 2.198. Kesimpulannya adalah nilai pengaruh variabel Sosial (X_2) lebih besar dari pada nilai variabel Budaya (X_1) dan nilai variabel Pribadi (X_3), sehingga hipotesis penelitian (H_3) menyatakan bahwa variabel pribadi (X_3) memiliki pengaruh yang dominan setelah diuji statistik tidak dapat terbukti.

51 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.760	.744	.50627066

34 a. Predictors: (Constant), REGR factor score 1 for analysis 2, REGR factor score 1 for analysis 1

Sumber Data : Lampiran 6

Pembahasan

27 Tjiptono, (2008:465) budaya adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) **67** sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Menurut Kotler dan Keller (2012:204) kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Robbins dan Coulter, (2010:45) mendefinisikan kepribadian merupakan kombinasi unik dari pola emosional, pikiran, dan perilaku yang mempengaruhi bagaimana seseorang bereaksi terhadap situasi dan berinteraksi dengan orang lain. Schiffman dan Kanuk (2004:231) mendefinisikan bahwa keputusan adalah dalam sebuah keputusan untuk menentukan dua atau lebih

mempunyai jalan lain terhadap pilihan.

Berdasarkan atas hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kondisi tersebut tidak selaras dengan hipotesis awal penelitian, dimana hipotesis awal penelitian menyatakan budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi budaya berdasarkan hasil penelitian dipengaruhi oleh kebiasaan mendengar tentang produk, kelompok terdekat dalam membeli produk dan penilaian kualitas produk terdapat di Toko Butik Arafah memiliki tampilan yang menarik.

Berdasarkan atas hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kondisi tersebut tidak selaras dengan hipotesis awal penelitian, dimana hipotesis awal penelitian menyatakan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi sosial berdasarkan hasil penelitian dipengaruhi oleh Keterjangkauan sosial (sosial produk terjangkau oleh konsumen), kesesuaian sosial dengan kualitas produk (sosial yang diberikan atau ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya), Daya saing sosial (sosial yang diberikan atau ditawarkan mampu bersaing dengan produk yang lainnya), Kesesuaian sosial dengan manfaat (sosial yang diberikan atau ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen).

Berdasarkan atas hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa variabel pribadi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kondisi tersebut tidak selaras dengan hipotesis awal penelitian, dimana hipotesis awal penelitian menyatakan pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian atau pribadi diterima. Faktor-faktor yang mempengaruhi pribadi berdasarkan hasil penelitian dipengaruhi oleh: Akses (pribadi yang mudah dijangkau), Visibilitas (pribadi dapat dilihat dengan jelas), Lingkungan (lingkungan bersih dan nyaman), Kompetisi (pribadi yang strategis).

Berdasarkan atas hasil penelitian tersebut, selanjutnya peneliti berpendapat bahwa persepsi tentang pribadi tidak memegang peranan penting dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Butik Arafah Di Situbondo, sehingga pribadi tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan apa yang disampaikan oleh Robbins dan Coulter, (2010:45) Pribadi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategis, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategis. Dalam pembahasan tentang pribadi ini peneliti berpendapat bahwa pribadi tidak dapat meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Hasil uji regresi variabel Budaya (X_1) Sosial (X_2) dan Pribadi (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Keputusan pembelian (Y), hal itu ditunjukkan dalam hasil analisis regresi linier berganda yaitu $Y = -3.24E-16 + 0,36 X_1 + 0,253 X_2 + 0,302 X_3 + e$. Y = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang nilainya diprediksi oleh variabel bebas Budaya, Sosial, dan Pribadi.
- Uji statistik secara parsial atau uji t untuk variabel Budaya (X_1) menunjukkan nilai t hitung 2,692 > t tabel 1,985 dan nilai signifikan t 0,008 < 0,050. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Secara parsial berarti variabel Budaya (X_1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian (Y). Hasil uji t untuk variabel Sosial (X_2) menunjukkan nilai t_{hitung} 3,552 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan t 0,001 < 0,050, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial berarti variabel Sosial (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji t untuk variabel Pribadi (X_3) menunjukkan nilai t_{hitung} 2,198 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan t 0,03 < 0,050, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial

berarti variabel Pribadi (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian (Y).

- Uji statistik secara simultan atau uji f menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 51,99 $0 > F_{tabel}$ 2,70, dan nilai signifikan $F_{0,000} < 0,050$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah secara simultan variabel Budaya (X_1) Sosial (X_2) dan Pribadi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Saran

- Dalam penelitian selanjutnya dapat mengganti studi kasus dengan variabel yang sama guna mengetahui konsistensi hasil penelitian ini, kemudian diharapkan peneliti selanjutnya untuk mengganti atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian serta penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan isian kritik dan saran untuk perusahaan pada kuesioner yang dibagikan ke responden sehingga memudahkan peneliti untuk memberikan masukan pada usaha pakaian.
- Bagi penulis selanjutnya yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk menyempurnakannya yaitu dengan menggunakan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu budaya, sosial dan pribadi sehingga penelitian tersebut dapat lebih berkembang.
- Diharapkan Butik Arafah Situbondo untuk meningkatkan

promosi lebih baik lagi, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Pada sisi yang lain diharapkan selalu mengadakan promosi ditempat lainnya, terus menjaga dan meningkatkan suatu keputusan pembelian, hal tersebut tujuan untuk kepentingan bersama agar pembeli terus meningkat dan menjaga kesetabilan, dan dapat menjadi mediator keharmonisan hubungan baik antara karyawan dengan pelanggan, dalam menjalankan tugas dengan baik dan memberikan inovasi kepelanggan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: suatu pendekatan praktik. Ketigabelas*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dan ekonometrika*, Semarang Universitas Diponegoro.
- Hahn, Fred. E. dan Mangun, Kenneth. G. 2002. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ika Putri Iswayanti, 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Study pada rumah makan Soto Angkring Mas Boed)*. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ketut Indah Pratiwi, (2015) yang berjudul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Denpasar: Universitas Udayana.
- ¹⁵ Kotler, Philip and Keller Kevin Lane, 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- ¹¹⁷ Kotler, Philip dan Amstrong Gary, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnasakti Anggar PP, 2012. ⁵⁶ *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Semarang)*. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Putra Sagu Prayoga, 2009 Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan ¹²⁶ Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap (Studi Kasus Mahasiswa yang Kost di Lingkungan Kampus USU)”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- ⁸⁹ Kiduwan, 2005. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- ²⁹ Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: penerbit Erlangga.
- Sanusi Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan ²¹ Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- ¹² Setiadi, 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- ³⁵ Sumarwan Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen*, Bandung, Remaja Rosda Karya.
- ¹⁰¹ Swastha dan Handoko, 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- ¹⁷ Vina Soraya, 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Pada UD. Dua Tiga Tujuh Motor Makassar. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Makasar: Universitas Hasanuddin.

● **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 | <p>Siska Mangundap, Ventje Ilat, Rudy Pusung. "PENGARUH LEVERAGE D...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 2 | <p>Wayan Paramartha, Ni Putu Suwardani, Ni Luh Suryaningsih. "Pengaruh...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 3 | <p>Yulens Frits Bonai, Syaikhul Falah, Sylvia C. Daat. "PENGARUH KAPASI...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 4 | <p>Devi Novrizta. "HUBUNGAN ANTARA MINAT MEMBACA DENGAN KET...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 5 | <p>Eka Selvi Handayani, Hani Subakti. "Pengaruh Disiplin Belajar terhadap...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 6 | <p>Maria Sherin Mundung, Irvan Trang, Genita Lumintang. "PENGARUH W...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 7 | <p>Nita Maediana Rusmawati, Siska Mardiana, Indrianti Azhar Firdausi. "P...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 8 | <p>Ajeng Ayu Fatimah P, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH BRAND I...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 9 | <p>Amandin Amandin. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerj...</p> <p>Crossref</p> | <1% |

- 10

Anggit Priyo Wicaksono, Alfato Yusnar Kharismasyah. "Pengaruh Kece...

Crossref

<1%
- 11

Komang Wisnu Suyoga. "Pengaruh kualitas makanan dan pelayanan te...

Crossref

<1%
- 12

Subiyantoro, Netty Lisdiantini, Agustinus Doedyk Setiyawan. "PEMAN...

Crossref

<1%
- 13

Agung Puji Astono, Idha Rahayuningsih. "PERBEDAAN KESIAPAN UNT...

Crossref

<1%
- 14

Akhmad Fuad, Syahmardi Yacob. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN DA...

Crossref

<1%
- 15

Erna Kurniawati, Selamat Fuadi. "Pengaruh Pelayanan, Harga, Promosi ...

Crossref

<1%
- 16

Firqah Annajiyah Mansyuroh. "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Ter...

Crossref

<1%
- 17

Gde Indra Surya Diputra, Gede Agus Dian Maha Yoga. "Pengaruh Baura...

Crossref

<1%
- 18

Hadita Hadita, Wirawan Widjanarko, Hafizah Hafizah. "Pengaruh Kualit...

Crossref

<1%
- 19

Heru Ependi, Reza Widhar Pahlevi. "KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASI...

Crossref

<1%
- 20

Abdi Surya Muchlisin, Sriwahyuni Mega Hastuti. "The Impact Of Servic...

Crossref

<1%
- 21

Levina Augustina Dewi, Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi. "MINAT M...

Crossref

<1%

- 22

Martha Marice Koibur, Sifrid Pangemanan, Harijanto Sabijono. "ANALI...

Crossref

<1%
- 23

Mashudi Mashudi, Luluk Fauziah, Johan Bhimo Sukoco, Anafil Windriy...

Crossref

<1%
- 24

Tarangana Ari Sakti, Sukaris Sukaris, Asep Saepuloh. "The Effect Of P...

Crossref

<1%
- 25

Iksan ST.MT, Nailul Izzah. "Bauran Pemasaran PENGARUH BAURAN P...

Crossref

<1%
- 26

Misni Erwati, Lina Susanti. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI...

Crossref

<1%
- 27

Ni Luh Ayu Sara Pertiwi, I Wayan Kartimin, I Ketut Sutapa. "ANALISIS ...

Crossref

<1%
- 28

Ningrum Ningrum. "PENGARUH PENERAPAN MODEL ACTIVE LEARNIN...

Crossref

<1%
- 29

RENDI PERMANA TITIK ROSNANI M. IRFANI HENDRI. "Pengaruh Kepe...

Crossref

<1%
- 30

Souvik Kumar Ghosh, Anupam De. "Identification of the internal reason...

Crossref

<1%
- 31

Soverani Oktavia, Tuti Karyani. "EFFECT OF SERVICE QUALITY TO SATI...

Crossref

<1%
- 32

Zainiyatul Qoyum. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN KUA...

Crossref

<1%
- 33

Mulyadi, Sihar Tambun. "PENGARUH PENGUNGKAPAN HUMAN RESO...

Crossref

<1%

- 34

Nicos Antoniadis. "Political competitive advantage in the usa: an rbv a...

Crossref

<1%
- 35

Rinaldi Rinaldi. "Dampak Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhad...

Crossref

<1%
- 36

Wafrotur Rohmah. "KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN SH...

Crossref

<1%
- 37

Adhi Nurcahyo Achmad, Samsir Samsir, Yulia Efni. "Pengaruh Bauran P...

Crossref

<1%
- 38

Hanifah Rosanah, Muhammad Lisman. "PENGARUH KUALITAS LAYA...

Crossref

<1%
- 39

Hasmawati Hasamawati, Zakiyah Zahara. "PERAN ATRIBUT PRODUK D...

Crossref

<1%
- 40

Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH MOTIVASI, KEMAMPUAN DAN ...

Crossref

<1%
- 41

Mustafidah Mahardhika, Dyan Arintowati. "Keputusan Pembelian Ditinj...

Crossref

<1%
- 42

Ans James Sembiring, Titiék Tjahja Andari. "PENGARUH KUALITAS JA...

Crossref

<1%
- 43

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

Crossref

<1%
- 44

Elisya Nurita Pertiwi. "PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN HARGA TE...

Crossref

<1%
- 45

Mokhammad Firdaus, Ardhi Mardiyanto Indra Purnomo. Jurnal SPORTI...

Crossref

<1%

- 46

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

Crossref

<1%
- 47

Rita Safitri, Heri Purwanto, M. Trihudyatmanto, M. Elfan Kaukab. "Stud...

Crossref

<1%
- 48

Tetty Wijayanti, Firda Juita, Asraful Hadi. "Preferensi Konsumen Terha...

Crossref

<1%
- 49

Visi Laksani, Dyah Siti Septiningsih. "Pengambilan Keputusan pada Lak...

Crossref

<1%
- 50

Amalia Tiara Balqish. "Pengaruh CR dan DER terhadap ROE pada Perus...

Crossref

<1%
- 51

Anshar Anwar Mas'ud, Elimawaty Rombe, Enki P Nainggolan. "PENGAR...

Crossref

<1%
- 52

Aprih Santoso. "The Role Of Management Ownership In Moderating Th...

Crossref

<1%
- 53

Bayu Pramutoko. "Pengaruh Pemilihan Lokasi, Daya Beli Konsumen da...

Crossref

<1%
- 54

Ervina Widiastuti, Faizal Mulia Z, Nor Norisanti. "Optimalisasi Kinerja K...

Crossref

<1%
- 55

Fathnun Ashar, Siti Aisyah, Muhammad Syafaat. "Pengaruh Atribut Pro...

Crossref

<1%
- 56

Hendri Hermawan Adinugraha. "Persepsi Konsumen Non-Muslim Terh...

Crossref

<1%
- 57

Heriyah Heriyah. "Pengaruh Pelayanan Fiskus dan Sikap Wajib Pajak T...

Crossref

<1%

- 58

Imam Wahyudhi. "PENGARUH MOTIVASI MENGHINDARI RIBA DAN PR...

Crossref

<1%
- 59

Mas Intan Purba, Juliana Lorent, Aditya Angga, Cynthia Cynthia, Juli Ju...

Crossref

<1%
- 60

RETNO AYU MULFI. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MERE...

Crossref

<1%
- 61

Tita Tanjung Sari. "Self-Efficacy dan Dukungan Keluarga Dalam Keberh...

Crossref

<1%
- 62

Trisna Trihapsari, Abu Talkah. "Analisis Digital Marketing, Quality Prod...

Crossref

<1%
- 63

Wahyu Ama Linda, Febriyanto Febriyanto. "Analisis Faktor-Faktor Yang...

Crossref

<1%
- 64

Aan Rubiyanto. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap P...

Crossref

<1%
- 65

Anggrainy Chaniago, Merry M. Pelupessy, Sarifuddin Sarifuddin, Yulian...

Crossref

<1%
- 66

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

Crossref

<1%
- 67

Dhea Febriana Elmiliasari. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terha...

Crossref

<1%
- 68

Indra Wijaya. "Hubungan Pengetahuan Dan Dukungan Keluarga Denga...

Crossref

<1%
- 69

Lana Pratiwi Rukmana Sutoyo, Wiwin Hendriani. "Peran Dukungan Kelu...

Crossref

<1%

- 70 M Nur Rianto Al Arif, Ika Nurhikmah. "Determinan Pembiayaan Bagi Ha... <1%
Crossref
-
- 71 MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 1 Nomor 1 Desember 2010", JURNAL R... <1%
Crossref
-
- 72 Manaf Darmawan, Yusup Hidayat, Tite Juliantine. "IMPLEMENTASI MO... <1%
Crossref
-
- 73 Mely Oktarina, Endah Dewi Purnamasari, Susi Handayani. "Pengaruh B... <1%
Crossref
-
- 74 Muhammad Akmal Agustira, Ilham Lubis, Eka Listia, Erwin Nyak Akoeb... <1%
Crossref
-
- 75 Muhiddin Sirat, Emi Maimunah, Utami Syifana Widyastuti, Ratna Erma... <1%
Crossref
-
- 76 Rohmatul Umah, Rio Kartika Supriyatna, Musa Hubeis. "Pengaruh Pers... <1%
Crossref
-
- 77 Siti Puti Fauziah Hilman, Novi Marlina. "PENGARUH EXPERIENTIAL M... <1%
Crossref
-
- 78 . DAHMIRI, SUSWITA ROZA, RAJASTIRA WIRA PANGESTU. "PENGARU... <1%
Crossref
-
- 79 Angga Hernawan, Rachman Komarudin, Nurul Afni. "Analisa Perbandin... <1%
Crossref
-
- 80 Dewi Rosita, Andhatu Achsa, Yacobo P. Sijabat. "Kualitas Produk dan H... <1%
Crossref
-
- 81 Eka Wahyu Hidayati. "Penggunaan Media Puzzle Konstruksi Terhadap ... <1%
Crossref

- 82 Fitri Rahmiyatun, Eka Dyah Setyaningsih, Nurul Hidayah. "Analisis Pene... <1%
Crossref
-
- 83 Humaidi Mufa, Mohamad Jaenudin, Amie Primarni. "PENGARUH KEPE... <1%
Crossref
-
- 84 Kaillin Lalli Randa, Ida Ayu Purba Riani, Balthazar Kreuta. "ANALISIS FA... <1%
Crossref
-
- 85 M. Fikri Hidayatullah, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengar... <1%
Crossref
-
- 86 Nanda Harry Mardika, Argo Putra Prima. "Faktor faktor yang mempeng... <1%
Crossref
-
- 87 Ni Kadek Sri Lisa Febriyanti, Ni Nyoman Sudiyani. "Analisis Penilaian Ti... <1%
Crossref
-
- 88 Revia Setiani, Dahmiri Dahmiri, Sigit Indrawijaya. "PENGARUH MOTIVA... <1%
Crossref
-
- 89 Ridel Runturambi, Nelson Nainggolan, Djoni Hatidja. "ANALISIS VARIA... <1%
Crossref
-
- 90 Suhendri Hamzah, Supriyanto -. "Pengaruh Program Dakwah Al-Isyrafu... <1%
Crossref
-
- 91 Umi Wahyuni MD, Siti Achiria. "Peran Trend dan Motif Hijrah Terhadap ... <1%
Crossref
-
- 92 Anis Umi Khoirotunnisa', Boedy Irhadtanto. "Pengaruh Model Pembelaj... <1%
Crossref
-
- 93 Dewi Apriani, Teguh Budi Raharjo, Agnes Dwita Susilawati. "PENGARU... <1%
Crossref

- 94 I Gusti Agung Ayu Istri Lestari, Ni Luh Made Ayu Mirayani Pradnyadari, ... <1%
Crossref
-
- 95 Irma Idayati. "Pengaruh Motivasi Spiritual dan Disiplin Kerja terhadap K... <1%
Crossref
-
- 96 Isman Isman, Jaya Laksana. "PENGARUH DESAIN PRODUK DAN PROM... <1%
Crossref
-
- 97 Ni Putu Novi Nurhana Dewi, Ida Ayu Arini. "Pengaruh Budaya Organisa... <1%
Crossref
-
- 98 Nurrahmi Utami Tamping, Syahrir Natsir, Risnawati Risnawati. "PENGA... <1%
Crossref
-
- 99 Yasyfa Fitri Nandasari, Dita Isnata, M Irvan. "Persepsi Mahasiswa Meng... <1%
Crossref
-
- 100 Ade M. Telussa, Elvinus R. Persulesy, Zeth A. Leleury. "PENERAPAN A... <1%
Crossref
-
- 101 Afriantoni Afriantoni, Ernawati Ernawati. "ANALISIS PERILAKU, KEPUA... <1%
Crossref
-
- 102 Ahmad Darda, Budiman Abdulah. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan... <1%
Crossref
-
- 103 Andi Indira Alfitasari Nur Palulu, Abdul Rahman Mus, Darwis Lannai. "P... <1%
Crossref
-
- 104 Andi Saputra. "Factors Affecting the Opinion of Rice Farmers in Pulau ... <1%
Crossref
-
- 105 Athalia Girly Debora Klaas, Agus T. Poputra, Sherly Pinatik. "ANALISIS ... <1%
Crossref

- 106

Dyah Nurfitri Maharani, Alwiyah Mukaddas, Indriani Indriani. "ANALISIS... <1%

Crossref
- 107

Endang Sri Suyati. "Hubungan Minat dan Tingkat Perhatian Orang Tua ... <1%

Crossref
- 108

Ermy Wijaya, Pipin Permata Sari. "PENGARUH PENILAIAN KINERJA DA... <1%

Crossref
- 109

Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika. "Persepsi L... <1%

Crossref
- 110

Ida Nurlaeli. "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi ... <1%

Crossref
- 111

Mahdatul Nufus, Sholeh Hidayat, Juhana Juhana. "The Correlation Bet... <1%

Crossref
- 112

Nur Rahmi Nur Rahmi, Agus Susanto Naue. "PENGARUH PELATIHAN D... <1%

Crossref
- 113

Prielly Natasya Kartini Widjaja, Linda Lambey, Stanley Kho Walandouw.... <1%

Crossref
- 114

Rachel Dyah Wiastuti, Sarrah Kimberlee. "Pengaruh Ekuitas Merek Terh... <1%

Crossref
- 115

Selica Natalia Palar, Lucky O. H Dotulong, Genita G Lumintang. "PENG... <1%

Crossref
- 116

Suryadi Suryadi. "ANALISIS FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOG... <1%

Crossref
- 117

Tiffany Siti Khadijah, . Irnad, Satria Putra Utama. "STRATEGI PEMASAR... <1%

Crossref

- 118 Venti Verlia, Sahlan Sahlan. "PENGARUH PROGRAM GERAKAN LITERA... <1%
Crossref
-
- 119 Winda Syafitri, Dahmiri Dahmiri. "PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERH... <1%
Crossref
-
- 120 Zulherman Zulherman, Rahman Arifudin, Melly Siska Pratiwi. "Pengar... <1%
Crossref
-
- 121 Adiguna Utama. "ANALISA FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ... <1%
Crossref
-
- 122 Hariman Syaleh. "Analisis Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerj... <1%
Crossref
-
- 123 MOCHAMAD NA'IN. "PENGARUH EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODU... <1%
Crossref
-
- 124 Ni Nyoman Duwi Yuhani, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALITAS PROD... <1%
Crossref
-
- 125 Rosminah Rosminah, Rahma Nurjanah, Etik Umiyati. "Analisis faktor-fa... <1%
Crossref
-
- 126 Rudi Santoso, Martinus Sony Erstiawan, Angen Yudho Kusworo. "Inova... <1%
Crossref
-
- 127 A.M. Sakkthivel, Beenish Shameem, Saleem Mushtaq. "Does media infl... <1%
Crossref
-
- 128 Andryusalfikri, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti. "Effect of Trust, Quali... <1%
Crossref
-
- 129 Ibnu Agung Permana, Asep M. Ramdan, Faizal Mulia Z. "Kekuatan Keu... <1%
Crossref

130

Merry Wiraswasti S, Mukhzarudfa, Tona Aurora L. "Pengaruh Struktur ... <1%

Crossref

● Excluded from Similarity Report

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

EXCLUDED SOURCES

Hendri Hermawan Adinugraha, Muhammad Khoirul Fikri, Sukirno Sukirno. "Pe... Crossref	6%
Danil Muhlisin, Novita Ekasari. "MODEL STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS... Crossref	6%
Rindi Antika, Rohmawati Solikhah. "PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PE... Crossref	6%
Nuriatullah Nuriatullah, Mahmud, Muhammad Syafaat. "Faktor-Faktor yang ... Crossref	5%
Vernando Alfa Watung, Rudy S. Wenas, Raymond Ch. Kawet. "ANALISIS PENG... Crossref	5%
Budi Hartono, Siti Nur Mukhlisoh. "Pengaruh Budaya, Sosial, dan Pribadi terha... Crossref	5%
Annisatun Nur Fitriani. "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HAR... Crossref	4%
Kasriah Kasriah, Anggriani Profita, Dharma Widada. "ANALISIS PENGARUH K... Crossref	4%
Arman Paramansyah, Dipo Mirza Ghulam, Ernawati Ernawati. "PENGARUH KE... Crossref	4%
Jaldi Hindratno, Meitiana Meitiana, Yoga Manurung. "Pengaruh Budaya, Perse... Crossref	3%

Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap...	3%
Crossref	
Goodwill Jurnal. "Goodwill Vol. 6 No. 1 Juni 2015", JURNAL RISET AKUNTANS...	3%
Crossref	
Ahmad Syifa, Budi Heryanto, Sri Rochani. "PENGARUH TESTIMONIAL DAN EL...	3%
Crossref	
Zaiful . Arief. "Pengaruh kualitas pelayanan penyebrangan terhadap kepuasan...	3%
Crossref	
MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 2 Nomor 1 Juni 2011", JURNAL RISET AKUNT...	3%
Crossref	
Amandin Amandin. "Hubungan Faktor Budaya Dan Psikologi Terhadap Keputu...	3%
Crossref	
Akhmad Nasir. "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN ELECTRONIC WORD OF MO...	3%
Crossref	
Journal Full. "Goodwill Vol. 5 No. 2 Desember 2014", JURNAL RISET AKUNTA...	3%
Crossref	
Nathasya Thesalonika Lalan, Michael Ch. Raintung. "PENGARUH STRATEGI ...	3%
Crossref	
Muhammad Nur Aminudin, Muhammad Anang Firdaus, Ira Eka Pratiwi. "ANAL...	3%
Crossref	
Sofhian Sofhian, Sri Nur Ain Suleman. "Pengaruh Kualitas Produk dan Religius...	3%
Crossref	
Nova Riana, Rieke Sri Rizki Asti Karini, Satria Delonika Regiawan. "Pengaruh El...	3%
Crossref	

Amalina Hudani. "Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi ter...	3%
Crossref	
Amalina Hudani. "PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKT...	3%
Crossref	
Lidia Andiani. "Analisis Pemanfaatan Tekhnologi, Sosialisasi Pajak, Pengetah...	3%
Crossref	
Ina Nurlela, Asep Kurniawan, Indah Umiyati. "THE EFFECT OF AWARENESS, M...	3%
Crossref	
Mochamad Bukhori, Tutik Ekasari. "FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGK...	3%
Crossref	
Rahmat Taufik Dwi Jatmika, Gista Aulia Dewi. "PENGARUH KEPEMIMPINAN D...	3%
Crossref	
Sherly Novita, Efni Anita, Novi Mubyarto, Munsarida Munsarida. "PENGARUH ...	3%
Crossref	
Affif Yudha Tripariyanto, Lukmandono Lukmandono. "Pengaruh Kualitas Prod...	3%
Crossref	
Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul Jalil. "Pengar...	3%
Crossref	
Fadillah Abdjul, James D.D Massie, Yunita Mandagie. "PENGARUH CONTENT ...	3%
Crossref	
Ermawati Ermawati, Atika Husaini, Irham Pakkawaru. "Pengaruh Penggunaan ...	3%
Crossref	
Dedeh Siti Saodah & Rosda Malia. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsu...	3%
Crossref	

Roro Aditya Novi Wardhani , Shendy Andrie Wijaya. "Sikap Wanita Pekerja Pen...	3%
Crossref	
ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS...	3%
Crossref	
Novita Sari. "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KO...	3%
Crossref	
Lidyawati Munawaroh, Bayu Wijayantini, Wahyu Eko Setianingsih. "Celebrity E...	3%
Crossref	
Fecky M. Pangemanan, Debby Ch. Rotinsulu, Daisy S.M. Engka. "PENGARUH ...	3%
Crossref	
Ananda Archie, Lia Rika Eriyanti. "Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhad...	2%
Crossref	
Kd Puspita Dwi Anjani, I Gusti Ayu Wimba. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONS...	2%
Crossref	
Toman Sony Tambunan. "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan ...	2%
Crossref	
Esti Saraswati. "PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PENGEND...	2%
Crossref	
ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO...	2%
Crossref	
Intan M.E. Pelealu, Paulina Van Rate, Jacky S.B Sumarauw. "PENGARUH PRO...	2%
Crossref	
Suardi Suardi, Ravika Berliana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HAR...	2%
Crossref	

Bestina Sri Juniar, Johannes Johannes, Sigit Indrawijaya. "Pengaruh atribut pr...	2%
Crossref	
Made Abi Mantara, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, Ni Nyoma...	2%
Crossref	
Riana Afriansyah, Asep M. Ramdan, Dicky Jhoansyah. "Keputusan Pembelian ...	2%
Crossref	
Yahya Reka Wirawan. "Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terh...	2%
Crossref	
Arief Satriansyah. "Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Konsumen...	2%
Crossref	
Sitti Aisya, Sarah Eliza, Fatma Fatma, Moh. Anwar Zainuddin. "Pengaruh Harg...	2%
Crossref	
Antonius Brian Regar, Jenny . Baroleh, Leonardus R. Rengkung. "KARAKTERIS...	2%
Crossref	
Stephanie Rosanto. "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Loyalitas Pembel...	2%
Crossref	
Ida I Dewa Ayu Raka Susanty, Melissa Justine Renjaan. "PERILAKU WISATAW...	2%
Crossref	
Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran. "PENGAR...	2%
Crossref	
Jemris Taaraungan, Benyamin Parubak, Farid Farid. "PENGARUH FAKTOR PSI...	2%
Crossref	
I Wayan Ruspendi Junaedi, Titin Veronika, Irawan Irawan, I Nyoman Gede Wira...	2%
Crossref	

Aditya Julita Sari, IBN Udayana, Agus Dwi Cahya. "Pengaruh Brand Image terh...	2%
Crossref	
Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, Nofrianto Nofrianto. "Pengaruh Produk, ...	2%
Crossref	
Akmal Riza, Lukman Hakim, Eliana Eliana. "Analisis Pengaruh Pengetahuan, K...	2%
Crossref	
Nadya Annisa, Roswaty Roswaty, Budi Setiawan. "Pengaruh Strategi Promosi ...	2%
Crossref	
Mega Diana Pratiwi, Handoyo Wirastomo. "TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI...	2%
Crossref	
Mohammad Ali Roziki, Edy Swasono. "Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Kepu...	2%
Crossref	
Ilham K. "PENGARUHKOMPENSASI, KEPEMIMPINAN, DAN DISIPLINKERJA T...	2%
Crossref	
Anggela Fernanda, Shanti Veronica Br Siahaan, Veneranda Rini Hapsari, Yosu...	2%
Crossref	
Walter Tabelessy. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN...	2%
Crossref	
Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ...	2%
Crossref	
Andhika Dwitama, Suardi Suardi, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH SUASANA TOK...	2%
Crossref	
Virly Ramdhani, Sri Mulyati, Trisandi Eka Putri. "AN ANALYSIS OF FACTOR TH...	2%
Crossref	

Razana Razana, Syamsul Bachri Daeng Parani, Andi Indriani. "PENGARUH FAK...	2%
Crossref	
Ni Gusti Ayu Made Suryaningsih, Ni Made Hartini. "FAKTOR-FAKTOR YANG M...	2%
Crossref	
USWATUL KARIMAH. "ANALISIS PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT TO EQUI...	2%
Crossref	
James Adolf Paparang, Luh Komang Candra Dewi. "FAKTOR-FAKTOR YANG D...	2%
Crossref	
Jefri Imbiri, Siti Rofingatun, Bill J. C. Pangayow. "PENGARUH INVENTARISASI,...	2%
Crossref	
Tia Chisca Anggraeni, Wahyu Widjayanti, Andra Bening Ibra Puspita. "Pengar...	2%
Crossref	
Dahmiri Dahmiri. "ANALISIS KARAKTERISTIK PRIBADI DAN EVALUASI KONSU...	2%
Crossref	
Rieke Rahmalia, Suwarno Suwarno. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusaha...	2%
Crossref	
Hamka Hamka. "Pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian ...	2%
Crossref	
Rohman Wilian, Fitri Chairunnisa. "ANALISIS PENGARUH LEADERSHIP DAN P...	2%
Crossref	
Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALI...	2%
Crossref	
Risma Risma, Kukuh Tondoyekti. "PENGARUH EVALUASI JABATAN TERHAD...	2%
Crossref	

Yohana Nadya Gunardja. "Pengaruh Trust Terhadap Keputusan Beli Produk Ti...	2%
Crossref	
Haris Yuniarto, M Fadhli Nursal, Rorim Panday. "PENGARUH BRAND IMAGE D...	2%
Crossref	
Mochammad Hafizh Maulana, Mu'minatus Sholichah. "Pengaruh Profitabilitas...	2%
Crossref	
Elisabet Yesika Sitanggung, Yunita Budi Rahayu Silintowe. Jurnal Sekretaris &...	2%
Crossref	
Adilla Juita Siska, Evan Jonea. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Promo...	2%
Crossref	
Rivan Ti Tomi, Jonfrid Siae, Olivia Winda Ony Panjaitan. "Pengaruh Gaya Kepe...	2%
Crossref	
Steviany Yeti Juliana Masoko, Grace M Sendow, Genita Grace Lumintang. "PE...	2%
Crossref	
Sopiyan Dalis, Syamsul Bahri, Ardhianto Budi Prasetyo. "Penggunaan Metode ...	2%
Crossref	
Dasep Suryanto. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja dan Lingkung...	2%
Crossref	
Veliana Angela, Eristia Lidia Paramita. "PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITA...	2%
Crossref	
Haslinda Haslinda, Idris Azis, Bakri Hasanuddin. "PENGARUH PENDIDIKAN D...	2%
Crossref	
Fuji Tria, Hilda Melia. "Perilaku Konsumen Masyarakat Pedesaan Kecamatan ...	2%
Crossref	

Rahma Yulita, Safrizal. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN F...	2%
Crossref	
Shofiyah Shofiyah, Risca Permatasari, Aminatun Aminatun. "The Influence of t...	2%
Crossref	
Rifki Pangestu, Saufik Luthfianto, Isradias Mirajhusnita, Lolyka Dewi Indrasari....	2%
Crossref	
Samsuri ., Hari Purwanto. "PENGARUH SIKAP DAN MOTIVASI TERHADAP KIN...	2%
Crossref	
Annisa Marinda Salam. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, B...	2%
Crossref	
Putri Dwi Cahyani, Gendro Wiyono, Ratih Kusumawardhani. "Pengaruh Likudit...	2%
Crossref	
Nidia Wulansari, Youmil Abrian, Arif Adrian. "PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PE...	2%
Crossref	
Nidia Wulansari, Youmil Abrian, Arif Adrian. "PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PE...	2%
Crossref	
Muhammad Fauzi Amiruddin, Muhammad Wahyuddin Abdullah. "Psikografis ...	2%
Crossref	
Jeli Nata Liyas. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi kerja, dan Disiplin K...	2%
Crossref	
Kamin Thohari, Edy Swasono. "Analisis Absensi Sidik Jari (Finger Print) Dan ...	2%
Crossref	
Dinaria Br Sembiring. "Pengaruh Disiplin Kerja dan Kompetensi terhadap Kiner...	2%
Crossref	

Tiurma Arta Uli, Winata Wira, Dodi Dermawan. "Pengaruh Motivasi, Kepemimp...	2%
Crossref	
Tatik Mulyati, Saraswati Budi Utami. "EFFECT of COMPETENCE, WORK PLACE...	2%
Crossref	
Susindra Katili, Heri Prasetyo. "PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN ...	2%
Crossref	
Ni Putu Sintia Juliani, Gusti Alit Suputra. "Pengaruh Budaya Organisasi dan Li...	2%
Crossref	
Fikri Dzikrillah. "PENGARUH KEGIATAN MUHADHARAH DAN MUDZAKARAH T...	2%
Crossref	
Onny Purnama Yudhia, Subaderi Subaderi. "ANALISIS RASIO KEUANGAN TER...	2%
Crossref	
Cindy Ayu Prasasti, Marlina Ekawaty. "PENGARUH LABEL HALAL, PENDAPAT...	2%
Crossref	
Novita Supriantikasari, Endang Sri Utami. "PENGARUH RETURN ON ASSETS, ...	2%
Crossref	
I Gusti Ayu Erma Sulistyani, Ni Made Hartini. "FAKTOR-FAKTOR YANG MENE...	2%
Crossref	
Amir Hamzah, Wahyudi Wahyudi, Eliana Eliana. "Pengaruh Disiplin Kerja Terha...	2%
Crossref	
Siti Fatima, Johny Tanamal, Nirwan Nirwan. "PENGARUH FAKTOR PRIBADI TE...	2%
Crossref	
Ayi Muhiban, Erwinda Karina Putri. "Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic...	2%
Crossref	

Tahyudin Tahyudin, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHAD..."	2%
Crossref	
Erna Kustyarini, Irmawati Wijaya. "ANALISIS KOMPARATIF LAPORAN KEUAN..."	2%
Crossref	
Angrawit Kusumawardani. "Analisa Perhitungan Kinerja Keuangan Pada PT. B..."	2%
Crossref	
Evalina Pakpahan, Rizki Ari Wibowo. "PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADA..."	2%
Crossref	
Andaru Setiawan Avicenna, Retno Endah Supeni, Achmad Hasan Hafidzi. "Pro..."	2%
Crossref	
Rahmat Taufik Dwi Jatmika, Syarifudin Hidayat. "PENGARUH BAURAN PEMA..."	2%
Crossref	
Nisa Widia, Sulistyandari, Fitri Ayu Nofirda. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pela..."	2%
Crossref	
Muhammad Supriyanto, Muhammad Taali. "PENGARUH BAURAN PEMASARA..."	2%
Crossref	
Usman Usman, Endang Sutrisna, Mandataris Mandataris. "The Influence of Pri..."	2%
Crossref	
Damianus Fijay Luter Jacob, Silvya Levina Mandey, Mirah Helen Rogi. "pengar..."	2%
Crossref	
Yudi Irawan Abi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHA..."	2%
Crossref	
Rezky Naim Eki, Sri Indira Hartawati. "Implementasi Pemanfaatan Teknologi I..."	2%
Crossref	

Dini Wahyuni, Syamsul Bachri. "PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEP... Crossref	2%
Viola Amdya Rifqi, Hermin Endratno. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERC... Crossref	2%
Regina Eka Riantini, Siswi Andini, Maria Marista Florencia, Arbi Siti Rabiah. "E-... Crossref	2%
Syamsudin Syamsudin, Ratu Erlina Gentari, Suhartini Suhartini. "Analisis Peng... Crossref	2%
Rumanita Rohmawati. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHAD... Crossref	1%
MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 2 Nomor 2 Desember 2011", JURNAL RISET A... Crossref	1%
Ilham Sukma Wardandy, Mukson Mukson, Wahyu Dyah Prastiwi. "Faktor-Fakt... Crossref	1%
Sukaris Sukaris. "Antecedents of Visiting Decisions on Artificial Travel Destin... Crossref	1%
Mawar Sharon Kolinug, Lisbeth Mananeke, Jeffry Tampenawas. "PENGARUH ... Crossref	1%
Arum Wahyuni Purbohastuti. "The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON IND... Crossref	1%
Ana Yuliana, Ariputra Pratama. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP K... Crossref	1%
Yulistia Yulistia. "Analisis Efektivitas dan Efisiensi Penggunaan Dana Serta Da... Crossref	1%

Sula D.S Benjamin, Meyta Longkotoy, Ade A Renouw. "Pengaruh Kualitas Pela...	1%
Crossref	
Nuggraha Prasetyo, Rissa Hanny. "Pengaruh Display Produk Dan Promosi Te...	1%
Crossref	
Falikhaturrohma Dian Narista, Abdurrahman Faris Indriya Himawan. "Pengar...	1%
Crossref	
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter...	1%
Crossref	
Eka Desyani, Wahyuningsih Wahyuningsih, Ponirin Ponirin. "PENGARUH PERS...	1%
Crossref	
Rani Nur Indah Lestari, Miftahul Huda, Abdul Karman. "FAKTOR-FAKTOR YAN...	1%
Crossref	
Syafuddin Syafuddin. "Pengaruh Aplikasi Teknologi Gasifikasi Dan Penurunan...	1%
Crossref	
Suseno Hendratmoko. "Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Kons...	1%
Crossref	
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ...	1%
Crossref	
Eliana Eliana, Intan Novia Astuti, Nurbismi Nurbismi, Akmal Riza. "Pengaruh P...	1%
Crossref	
Via Edenia Robot, Silcyljeova Moniharapon, Sjendry S. R Loindong. "Pengaruh ...	1%
Crossref	
Geo Vanny Maruli Tua, Andri, Ira Meike Andariyani. "PENGARUH KUALITAS P...	1%
Crossref	

Ami Radianti, Nuri Aslami. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perila...	1%
Crossref	
Jemadi Jemadi, Bambang Sugeng Dwiyanto. "Analisis Faktor-faktor yang Me...	1%
Crossref	
Adilla Juita Siska. "Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhad...	1%
Crossref	
Yil Mustopa, Maidiana Astuti H, Dewi Sukmasari. "PENGARUH PENGENDALIA...	1%
Crossref	
Rizal M. R. Sompotan, Silvy L. Mandey, Ivonne S. Saerang. "Pengaruh Kualita...	1%
Crossref	
Igif G. Prihanto, Budhi Riyanto, Suwardi Suwardi, Hendy Gunawan, Elly Kuntjah...	1%
Crossref	
Berryansyah Hidayat, Shofia Amin, Sry Rosita. "Pengaruh disiplin kerja dan ko...	1%
Crossref	
Sofyan Bachmid, Indah Musyawarah, Noor Riefma Hidayah, Dede Arseyani Pr...	1%
Crossref	
Mursekha .. "PENGARUH ETOS KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PE...	1%
Crossref	
Firyal Nida Aulia Sholihah, Hanafi Hanafi. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG ...	1%
Crossref	
Anti Riyanti, Andhika Chandra Lesmana. "Co-Creation Pada Tingkat Kunjunga...	1%
Crossref	
Siti Nur Faizah, Jihad Lukis Panjawa. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap...	1%
Crossref	

Natalia Natalia, Arie Pratania Putri, Melvina Melvina, Jenni Jenni, Kelin Wijaya...	1%
Crossref	
Evansen Teta Yorista Ginting. "ANALISIS PENGARUH MODAL, TENAGA KERJ...	1%
Crossref	
Daud Woru, Anita Erari, Maman Rumanta. "Kinerja Pegawai Dipengaruhi oleh ...	1%
Crossref	
Bahri Bahri. "Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Var...	1%
Crossref	
Rino Ramadan. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Admin PMB BSI-Group T...	1%
Crossref	
Siti Aminah. "Peranan Orangtua Dalam Mengantisipasi Kemerosotan Akhlak p...	1%
Crossref	
Ni Kadek Dewi Susanti, Putu Herny Susanti, Gusti Alit Suputra. "Pengaruh Lok...	1%
Crossref	
Bayu Wulandari, Veronika Marsaulina Lumbantoruan Lumbantoruan, Jelita Wa...	1%
Crossref	
Sukirno Sukirno. "IMPLIKASI KEBIJAKAN DEVIDEN TERHADAP NILAI PERUSA...	1%
Crossref	
Ridwan Arif Setiawan, Sahlan Hasbi. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEM...	1%
Crossref	
Muh Afandi, Suardi Suardi, Muzakir Tombolotutu. "PENGARUH KEPERIBADIAN ...	1%
Crossref	
Niken Kusumawardani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Lapo...	1%
Crossref	

Dewa Ayu Putri Krisna Dewi, I Gusti Gede Purwa Sudarta. "Pengaruh Kualitas ...	1%
Crossref	
Afun Intan Devi, I Wayan Pantiyasa. "PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP SIST...	1%
Crossref	
Nabila Husna, Rosinta Romauli Situmeang, Athaya Agnezka, Megawati Sagala...	1%
Crossref	
Dahmiri Dahmiri, Husni Hasbullah, Siska Sefrita Sari. "PENGARUH LIFESTYLE ...	1%
Crossref	
Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keput...	1%
Crossref	
Sigit Indrawijaya. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TE...	1%
Crossref	
Altofu Rohman, Aglis Andhita Hatmawan. "ANALISIS PENGARUH CITRA MER...	1%
Crossref	
Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekalan dan ...	1%
Crossref	
Siti Maria, Tommy Pusriadi, Dio Darma. "The Effect of Social Media Marketing...	1%
Crossref	
Ratna Susilowati. "PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TER...	1%
Crossref	
Purwanto ., Apriyanti .. "PENGARUH PENILAIAN PEMBIAYAAN TERHADAP KE...	1%
Crossref	
Hanifah Aqliyah, Evinovita Evinovita. "Faktor Penyebab Rendahnya Minat UMK...	1%
Crossref	

Roni Angger Aditama. "ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN JASA TV ...	1%
Crossref	
Salasiah Dan Eli Ampung. "PENGARUH KOMPETENSI APARATUR PEMERINT...	1%
Crossref	
Nila Fitria. "Pengaruh Kecerdasan Emosi dan Konsep Diri Terhadap Kemampu...	1%
Crossref	
Hartati Hartati, Suardi Suardi, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUALITAS PRODU...	1%
Crossref	
Firman Sinaga, I Wayan Pantiyasa. "PENGARUH SERVICE QUALITY DAN SUST...	1%
Crossref	
Bayu Wulandari, Julyani Julyani, Santi Santi, Jessica Sulastio, Lucianto Hanafi...	1%
Crossref	
Sarianta Damanik, Mhd. Dani Habra. "PENGARUH EFEKTIVITAS PENERAPAN ...	1%
Crossref	
DEDEK JAJAD KURNIAWAN. "PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP LABA B...	1%
Crossref	
Tri Hariyanti, Samsuddin Samsuddin, Fenni Supriadi. "PENGARUH BAURAN P...	1%
Crossref	
Masta Sembiring, Eko Febri Syahputra Siregar. "Pelatihan Strategi Pemasaran...	1%
Crossref	
Budi Susanto, Nursamsu Nursamsu. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN...	1%
Crossref	
Muhammad Randi Satrio, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KEPUAS...	1%
Crossref	

Pandu Ardana Hariyono, Nur Laely, Eni Prastiti. "ANALISIS PENGARUH VARIA...	1%
Crossref	
I Wayan Pantiyasa. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN ...	1%
Crossref	
I Made Hedy Wartana. "Analisis Faktor -faktor Yang Menjadi Pertimbangan Wi...	1%
Crossref	
I Gusti Ngurah Satria Wijaya, Evi Triandini, Ezra Tifanie Gabriela Kabnani. "Cus...	1%
Crossref	
Asmawarna Sinaga, Muhammad Arfan Harahap, Anjur Perkasa Alam, Murni A...	1%
Crossref	
Roby Irzal Maulana. "PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP ...	1%
Crossref	
Steven Steven. "PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, WORD OF MOUTH, NILAI ...	1%
Crossref	
Eneng Fitri Amalia. "TINGKAT KESADARAN DIRI TERHADAP KESEHATAN ME...	1%
Crossref	
Dhita Adriani Rangkuti, Mey Monita Lestari Manalu, Sartika Nanda Lestari, Bri...	1%
Crossref	
INDRAHAEMI UMAR GAZALI, ABDUL RAHMAN MUS, Andi Nirwana Nur. "PEN...	<1%
Crossref	
Aria Mulyapradana, Tri Rosewati, Farikhul Muafiq. "Pengaruh Pemberian Kom...	<1%
Crossref	
Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGG...	<1%
Crossref	

Duwi Mihartinah, Isma Coryanata. "PENGARUH SIKAP TERHADAP PERILAKU, ... <1%

Crossref

Rachmad Hidayat. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KON... <1%

Crossref

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

Crossref

Dwi Anggraeni Saputri, Ela Sulistia. "Pengaruh Pengetahuan Peraturan Perpaj... <1%

Crossref

Arfiani Sarah, Metti Paramita, Andri Brawijaya. "PERSEPSI MASYARAKAT ME... <1%

Crossref

Sita Diani Putri. "Tingkat Partisipasi Anggota Kelompok Tani di Kampung Say... <1%

Crossref

Seri Handayani, Nuri Aslami. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan K... <1%

Crossref

Nurjaya Nurjaya, Nenden Maulida. "TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN PADA A... <1%

Crossref

Djoko Lesmana Radji, Sagita Kasim. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Ke... <1%

Crossref

Achjadi Mustafa. "PERBEDAAN PERILAKU BERBELANJA ANTARA WANITA K... <1%

Crossref

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

Crossref

Listiasari, Jajat Sudrajat, Adi Suyatno. "THE ANALYSIS OF INFLUENCE USE P... <1%

Crossref

Jariah Jariah, Rory Ramayanti. "Pengaruh Gaya Komunikasi Pustakawan Terh... <1%

Crossref

Iffah Zubaidah, Muhammad Jamil Latief. "Analisis Proses Pengambilan Keput... <1%

Crossref

Dwi Kholivah Setianingsih, Sana Prabowo. "Pengaruh Kompetensi Pegawai Te... <1%

Crossref

Annie Ariescha, Sana Prabowo. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Nilai... <1%

Crossref

Abdul Roni. "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Pada Tabungan B... <1%

Crossref

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

Crossref

Anisa Herawaty. "LOYALITAS KONSUMEN : PERAN CITRA MEREK PASMIRA ... <1%

Crossref

Tatik Budiarti, Mochamad Bukhori. "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERH... <1%

Crossref

Agus Salim, Herry Nurdin. "Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas P... <1%

Crossref

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

Crossref

Ni Made Vina Yanti, Nyoman Dwika Ayu Amrita. "Pengaruh Desain Produk Dan... <1%

Crossref

Juniwati Fitri Listiawati. "Ketika Konsumen Muslim Berminat Membeli Ulang ... <1%

Crossref

Ok Yoga Syah Putra, Sarinah Sihombing, Chaidir Tasran. "Pengaruh Pelayana... <1%

Crossref

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

Crossref

Sarwendah Biduri. "Lingkungan Kerja Auditor Dan Pilihan Karirnya Sebagai Au... <1%

Crossref

I Made Astrama, I Gede Aryana Mahayasa. "Kajian Strategi Pemasaran Obyek ... <1%

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

Napisah Napisah. "PENGARUH NON PERFORMING LOAN, CAPITAL ADEQUAC... <1%

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

H M Rancendo, Nur'eni Nur'eni, Iut Tri Utami. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMP... <1%

Crossref

Gusi Putu Lestara Permana, I Gusti Ngurah Darma Paramartha, Ida Ayu Winda... <1%

Crossref

Ariestha Widyastuty Bustan, Hasan Samsi, Mustafa A. H Ruhama. "EFEKTIVIT... <1%

Crossref

Yasir Muharram Fauzi. "PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PROFIT MARGIN TER... <1%

Crossref

Yasir Muharram Fauzi. "PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAW... <1%

Crossref

Siti Hanila, Meimon Putra Abela. "HUBUNGAN SERVICE RECOVERY DENGAN ... <1%

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

Muryanto Agus Nuswantoro. "PENGARUH DUKUNGAN ORGANISASI, BUDAYA... <1%

Crossref

Harry Hidayat Kamil, Aries Tanno. "Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber In... <1%

Crossref

Halimatus Sa'diyah, Diyah Probowulan, Achmad Syahfrudin Z. "Dampak Aloka... <1%

Crossref

Erie Hidayat Sukriadi. "Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dosen Pro... <1%

Crossref

Arief Fadilah, Ating Sukma. "EFEKTIFITAS PROGRAM PENDISTRIBUSIAN DAN... <1%

Crossref

Amelita Lusita, Pijar Suciati, Endang Setiowati. "MOTIVASI INTRINSIK YANG M... <1%

Crossref

Maria Savira, Ahmad Mukofi, Sri Andika. "Pengaruh keperilakuan organisasi d... <1%

Crossref

Ita Karnita, Lu'luwatin Rosdiana Aprilia. "Pengaruh Persepsi dan Preferensi Ta... <1%

Crossref

Fitri Anggun Lestari, Sugiarti Sugiarti. "Representation of Masculinity on The ... <1%

Crossref

RAHMI RAHMI, NELLY NELLY. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan... <1%

Crossref

Solikatun, Uswatun Hasanah. "Korelasi Gaya Kepemimpinan Kepala Madrasah... <1%

Crossref

Stevani Semet. "Pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhad... <1%

Crossref

Ari Soeti Yani, Diah Nur Aslamiyah. "PENGARUH KEUNGGULAN SISTEM OPER... <1%

Crossref

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

Crossref

Ana Fitriyatul Bilgies. "Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Ter... <1%

Crossref

Tatik Mulyati, Arnedia Binada Duanti Putri. "Factors Predicting of Purchasing ... <1%

Crossref

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

Crossref

Ivoni Susanti, Eka Lokaria, Ayu Sintia. "PENGARUH MODEL AUDITORY INTELL... <1%

Crossref

Irma Mardian, Muhammad Muhammad. "Pengaruh Kualitas Layanan Dalam M... <1%

Crossref

Fitri Mustika Sari, Esti Harini. "HUBUNGAN PERSEPSI SISWA TERHADAP MAT... <1%

Crossref

Arief Hidayatullah, Tubagus Rifqy Thantawi. "PERSEPSI MASYARAKAT KOTA ... <1%

Crossref

Rendra Anjaswara, H Hardivizon. "Preferensi Strategi Pemasaran Bank Syari'a... <1%

Crossref

Liem Aco, Serlina SM. "PENGARUH KUALITAS AIR MINUM TERHADAP PEMB... <1%

Crossref

Hendra Taroman, Fachruzzaman Fachruzzaman, Robinson Robinson. "PENGA... <1%

Crossref

Valentina Kurniawati, Singgih Tiwut Atmojo. "How do Motivation and Work En... <1%

Crossref

Tri Rinawati, Aprih Santoso. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RETU... <1%

Crossref

Rafidah Rafidah. "Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah", NALAR ... <1%

Crossref

Juwita Aprilianti. "Efektivitas Permainan Tunjuk Abjad Terhadap Pembelajara... <1%

Crossref

I Gd Sastra Wibawa, I Made Anom Santiana, I Made Tapa Yasa, I Wayan Suasi... <1%

Crossref

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

Crossref

Putuhena Zulmianita, Andi Faisal Bahari. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS L... <1%

Crossref

Rima Dani Mufida Laila, Hadiwinarto Hadiwinarto, Arsyadani Misbahuddin. "D... <1%

Crossref

Suriani Labolo, Maskuri Sutomo, Rahmat Mubaraq. "PENGARUH FAKTOR EKU... <1%

Crossref

Ozzy Rahma Fitri, Arsyadani Mishbahuddin. "PENGARUH LAYANAN KONSELI... <1%

Crossref

Yuni Sarah, Sutar Sutar. "PENGARUH GREEN MARKETING, CORPORATE SOCI... <1%

Crossref

Nurdin Nurdin, Tjipto Djuhartono. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkun... <1%

Crossref

Indyah Hartami Santi, Indria Guntarayana. "Effect Of Supply Chin Product Qual... <1%

Crossref

Nia Tri Handayani. "PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN KARYAWAN TERHAD... <1%

Crossref

Darmawati Darmawati, R. Akhmad Munjin, G. Goris Seran. "PENGARUH SUPE... <1%

Crossref

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

Crossref

C Nilda, N M Erfiza, M F Yasqi. "Consumers purchasing decisions on local and... <1%

Crossref

Farah Putri Wenang Lusianingrum, Lina Affifatusholihah, Soletahin Ika Putri. "... <1%

Crossref

Rahmat Ashari, Parji Parji, Sudarmiani Sudarmiani. "Persepsi Guru Terhadap ... <1%
Crossref

Faizal Roni. "ANALISIS PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIO... <1%
Crossref

Dedi Muliadi. "Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada UMK... <1%
Crossref