

PAPER NAME

Sariyanti.doc

AUTHOR

Sari Yanti

WORD COUNT

4983 Words

CHARACTER COUNT

33126 Characters

PAGE COUNT

17 Pages

FILE SIZE

2.6MB

SUBMISSION DATE

Sep 18, 2023 6:59 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 18, 2023 7:00 AM GMT+7**● 25% Overall Similarity**

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

- Crossref database

● Excluded from Similarity Report

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

67
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO KINTAN DI CERMEE
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

Sariyanti
201913109@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

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

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

ABSTRACT

Marketing management is an analysis of planning, implementing and controlling programs designed to create, build and maintain profitable exchanges with target markets to achieve organizational goals. The purpose of this study was to analyze and examine the effects of product and service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction. The population in this study was consumers of Kintan Store in Cermee. The sampling technique was determined by simple random sampling method. Data analysis and hypothesis testing in this study used Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results of direct effect hypothesis test using Smart PLS 3.0 application showed that product quality has a negative but not significant effect on consumer satisfaction, service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, product quality has a negative but not significant effect on consumer loyalty, service quality has a positive but not significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction has a significant positive effect on consumer loyalty, product quality has a negative but not significant effect on consumer loyalty through consumer satisfaction, service quality has a significant positive effect on consumer loyalty through consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Service, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan persaingan bisnis yang semakin ketat seperti yang terjadi saat ini menuntut semua perusahaan harus lebih kreatif dan agresif untuk menciptakan berbagai inovasi produk serta memberikan pelayanan yang prima kepada konsumennya sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya ide-ide kreatif yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Semakin meningkatnya kebutuhan dan permintaan pelanggan bisa

menjadi tolak ukur meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Menurut Tjiptono (2016:3) “Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum”.

Merurut Tjiptono (2011:2) mendefinisikan bahwa “Manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas usaha yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang dapat memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Menurut Kotler⁶ dan Amstrong (2014:354) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya”. Kualitas juga merupakan kondisi yang sering berubah, misalnya apa yang dianggap barang sekarang ini berkualitas mungkin di anggap kurang berkualitas pada masa mendatang.

Menurut Tjiptono (2016:59) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”. Kualitas pelayanan adalah konsep dasar yang harus diutamakan dalam menjalankan suatu bisnis baik dalam menawarkan produk maupun jasa. Karena kualitas pelayanan yang baik akan dapat memberikan kesan dan kepuasan tersendiri bagi para konsumen.

Menurut Alma (2011:285) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Jika produk atau jasa yang di beli sesuai dengan harapan yang di harapkan oleh konsumen, maka akan memperoleh kepuasan”. Seorang konsumen, jika merasa puas dengan kualitas yang di berikan oleh produk atau jasa, maka sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama.

Menurut Tjiptono (2016:110) “Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok

berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. Pengertian loyalitas konsumen dapat di artikan bahwa kesetiaan konsumen terhadap merek di peroleh karena adanya kombinasi dari keluhan dan kepuasan. Sedangkan kepuasan konsumen tersebut hadir dari beberapa besar kinerja perusahaan guna menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga di dapatkan pembelian jangka panjang yang di lakukan oleh konsumen.

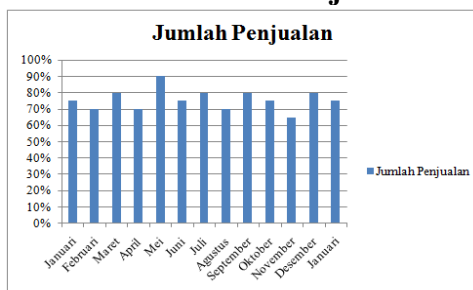
Berdasarkan teori di atas, maka objek penelitian yang di pilih oleh peneliti ialah Toko Kintan di Cermee. Toko Kintan ini merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa penjualan pakaian dengan berbagai merek, bentuk dan kualitas yang berbeda-beda. Toko ini buka setiap hari mulai dari pukul 07.00-21.00 WIB. Toko ini terletak di area pasar cermee, yang beralamat di Jl.Ps. Desa cermee, Kecamatan cermee, Kabupaten Bondowoso, Jawa timur 68286. Produk yang di sediakan pada toko ini dapat di gunakan dari berbagai kalangan mulai dari balita, remaja hingga dewasa. Seiring berkembangnya waktu keragaman produk yang ada pada Toko Kintan tersebut semakin beragam, hal ini tentu dapat membuat konsumen semakin tertarik untuk mengunjungi Toko Kintan tersebut yang berada dekat di area pasar cermee.

Toko ini akan terus berupaya melakukan inovasi untuk menjadi yang terdepan dalam bisnisnya, karena itu berbagai pembenahan di lakukan baik dari aspek sumber daya manusia (SDM), infrastruktur dan merek dagang (*Branding*). Toko

kintan di cermee saat ini yang pertama menambah tingkat Kualitas produknya dengan baik sehingga mampu menarik banyak konsumen setiap harinya dan mampu menguasai pasar yang luas. Kedua meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga menimbulkan kesan yang menarik konsumen pada Toko Kintan tersebut. Berbagai upaya yang di lakukan adalah untuk memberikan kepuasan agar para konsumen bisa memiliki rasa nyaman dan rasa puas saat berkunjung ketoko tersebut.

Berdasarkan pengembangan pada usaha Toko Kintan, maka permasalahan yang terjadi ialah mengenai jumlah penjualan selama 13 bulan mulai dari bulan Januari 2022 sampai bulan Januari 2023 dengan jumlah penjualan sebagai berikut:

Grafik Jumlah Penjualan



Berdasarkan data penjualan di atas selama 13 bulan, dapat di ketahui masih terdapat fluktuatif penjualan yang terjadi, maka dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk meningkatkan volume pemasaran pada Toko Kintan di Cermee, maka fenomena yang terjadi ialah: terjadinya fluktuatif penjualan. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengangkat

beberapa faktor yang di asumsikan penting dalam penelitian ini Kualitas produk, dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen. Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah yang di uraikan di atas dapat di ajukan sebuah penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Kintan Di Cermee Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening**".

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) "Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat".

Indikator Kualitas produk

Menurut Kotler (2016:347) Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Daya tahan produk: Daya tahan produk menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk tersebut digantikan atau rusak.
2. Keandalan produk: Merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*Core produk*) yang dibeli.
3. Keistimewaan produk: Persepsi konsumen terhadap keistimewaan atau keunggulan suatu produk.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi: Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Estetika produk: Yaitu daya tarik

produk terhadap panca indra.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) "Kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan". Menurut Kasmir (2017:47) "Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan".

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Hardiansyah (2011:46) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*) yang ditandai dengan pemberian Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
2. Bukti fisik (*Tangibles*) yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. Jaminan (*Assurance*) yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan Kualitas Pelayanan.
5. Kepedulian (*Empathy*) yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2015:301) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu

produk dengan harapan-harapannya". Tingkat kepuasan adalah fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Indikator Kepuasan Konsumen

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

1. Kesesuaian harapan: Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang di harapkan oleh konsumen dengan yang di rahasiakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali: Merupakan bersedianya konsumem untuk berkunjung jembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kebersediaan merekomendasikan: Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah pernah dirasakan teman atau keluarga.

Pengertian Loyalitas Konsumen

Menurut Hurriyati (2010:19) "Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang secara konsisten di masa yang akan datang". Menurut Tjiptono (2016:110) "Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang".

Indikator Loyalitas Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:482) mengemukakan indikator Loyalitas konsumen adalah sebagai berikut

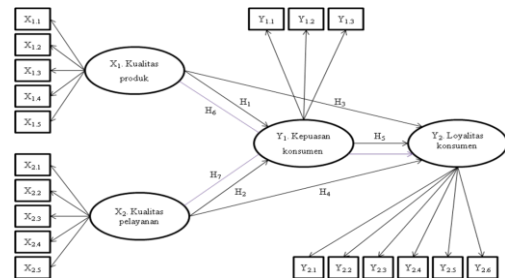
1. Kepuasan pelanggan, yaitu pelanggan merasa puas terhadap

- jasa dan pelayanannya.
2. Pembelian ulang, yaitu pelanggan akan melakukan pembelian ulang pada jasa dan pelayanan ditoko tersebut
 3. Kesetiaan pelanggan, yaitu pelanggan setia membeli jasa di toko tersebut
 4. Kepercayaan pelanggan, yaitu pelanggan tidak mudah terpengaruh meskipun ada kekurangan atas jasa dan pelayanan.
 5. Rekomendasi pelanggan, yaitu pelanggan bersedia merekomendasikan barang dan jasa toko tersebut pada orang lain
 6. Pilihan umum, yaitu menjadikan usaha tersebut sebagai pilihan umum tempat berbelanja.

Kerangka Konseptual

Sugiyono (2015:128), menyatakan bahwa "Kerangka konsep akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu antara variabel Independen dengan variabel dependen". Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka penelitian ini yang menguji pengaruh dari ketiga variabel. Maka dapat dilihat hubungan dari variabel bebas Kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2), Variabel *intervening* Kepuasan konsumen (Y_1) dan Variabel terikat Loyalitas konsumen (Y_2). Berikut kerangka konsep dari penelitian ini yang dapat di lihat pada Gambar 1 sebagai berikut:

26
Gambar 1
Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:105) menyatakan bahwa "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian". Hipotesis dikatakan sementara karna jawaban yang ada hanya berdasarkan pada teori yang relevan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka konseptual penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

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

H7: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen

3. METODE PENELITIAN

Tempat

Tempat penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian bertempat di Cermee yang berlokasi di JalanPs. Desa cermee, Kecamatan Cermee, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur 68286.

Waktu

Penentu waktu penelitian juga sangat penting untuk memperoleh data dalam melakukan penelitian, karena dengan ditentukannya waktu dalam penelitian akan memberikan target penyelesaian penelitian. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai Juni2023.

Populasi

Sugiyono (2017:80) "Populasi merupakan suatu wilayah yang memiliki objek karena mempunyai kualitas atau karakteristik dalam penelitian yang telah disepakati setelah itu dilakukan kesimpulan pada saat pengamatan sedang berlangsung". Populasi merupakan kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang membeli Fashion di Toko Kintan di kecamatan Cermee Kabupaten Bondowoso perhari sebanyak 30 konsumen, dengan perhitungan (April 30 hari dikurangi libur hari Raya Idul Fitri 5 hari. jadi 30-5= 25

hari, Mei 31 hari. Juni 30 hari,maka 30 konsumen / hari x 86 hari selama penelitian)=2,580 konsumen.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) "Sampel adalah salah satu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel yang dipilih harus segala karakteristik yang dimiliki populasi sehingga menunjukkan sampel yang dipilih dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau mewakili (*Representative*), dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Kriteria yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Kintan di Kecamatan Cermee, Kabupaten Bondowoso, dengan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada perhitungan dari rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% (Umar, 2013:146).

Rumus dalam menentukan sampel :

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

Keterangan

n = Ukuran sampel

N = Jumlah seluruh anggota populasi

e = Toleransi *error* sebesar 10%

Berdasarkan jumlah sampel tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian inu adalah

$$n = \frac{2,580}{1 + 2,580(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2,580}{27}$$

$$n = 95,55 \text{ responden.}$$

Jadi, sampel yang akan

digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 95,55 dibulatkan menjadi 96 responden.

83 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, metode pengumpulan data merupakan suatu faktor yang penting, karena penghitungan diperoleh dari data yang didapatkan dalam penelitian. 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 sebagai berikut:

- 1) Observasi,
- 2) Wawancara,
- 3) Studi Pustaka,
- 4) Kuesioner,
- 5) dan Dokumentasi.

Metode Analisis Data

Uji Validitas Konvergen

Menurut Ghozali (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. Apabila suatu output tersebut memberikan nilai 0,7 atau lebih besar maka membuktikan indikator yang digunakan sesuai dengan kenyataan”. Validitas konvergen menguji untuk melihat hubungan terhadap indikator penelitian dan variabel terikat dapat dikatakan valid atau tidak. Validitas konvergen dalam penelitian ini dianalisis melalui program *Smart PLS 3.0* untuk mengukur nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dan mengukur nilai *outerloading*.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (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”. Uji reliabilitas penelitian ini dianalisis melalui program *Smart PLS 3.0* untuk menguji data yaitu *crobach alpha* dan *composite reliability* nilai yang telah ditetapkan $> 0,70$ dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Ghozali dan Ratmono (2013:80) menyatakan “Penelitian yang baik apabila tidak terjadi multikolinieritas dengan nilai *cut off* yang dipakai apabila toleransi lebih dari 10 dan VIF yang ditetapkan kurang dari 10” maka dapat disimpulkan bahwa model struktural yang baik tidak menghasilkan multikolinieritas, akan tetapi dalam penelitian ini menggunakan nilai VIF < 5 karena menggunakan analisis program *Smart PLS3.0*.

b. Uji Normalitas

Ghozali (2013:160) menyatakan bahwa “Uji normalitas secara umum untuk mengetahui sebuah model persamaan struktural apakah normal atau melanggar aturan dalam normalitas yang terdapat dalam penelitian”. Sebuah data dikatakan layak apabila persamaan struktural tidak menjauhi nilai mean atau nilai tengah apabila data tersebut menjauhi nilai tengah maka akan terjadi penyimpangan sehingga data tersebut dapat diartikan tidak normal karena melanggar normalitas.

Menurut Ghozali (2018:28) “Untuk mengetahui nilai *Excess Kurtosis* normal dengan *alpha* 0,01 tidak menjauhi nilai tengah antara -2,58 hingga 2,58”. Berdasarkan teori tersebut dalam penelitian ini menggunakan nilai tengah yaitu antara -2,58 hingga 2,58.

Uji *Goodness of fit* (GOF)

Ghozali (2013:98) menyatakan bahwa “Uji *goodness of fit* dilakukan dengan tujuan untuk melihat *fit indeks* dari sebuah hasil sampel untuk mengetahui pengaruh kelayakan model”. Dalam penelitian ini Uji GOF dianalisis melalui program Smart PLS 3.0 untuk mengukur tiga *fit indeks* yaitu *Standardized Root Mean Square Residual*, *Chi-Square* dan *Normed Fit Index*, *indeks* tersebut dikatakan *fit* apabila konsep model struktural dalam penelitian ini didirikan sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

Kategori *fit indeks* dalam penelitian ini adalah:

1. Jika SRMR nilai kurang dari 0,09 maka dikatakan *fit*
2. Jika *Chi-Square* nilai kecil maka dikatakan *fit*
3. Jika NFI nilai lebih dari 0,5 maka dikatakan *fit*

Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2018:97) mengemukakan bahwa “Uji koefisien determinasi secara umum merupakan analisis dalam mengukur persamaan struktural dengan melihat nilai *R-Square*”. Uji koefisien determinasi untuk mengetahui suatu nilai seberapa besar *R-Square* pada variabel terikat, apabila nilai *R-Square* mengalami perubahan maka dapat diketahui seberapa dalam

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis Persamaan Struktural (*Inner model*)

Sugiyono (2017:192) mengemukakan bahwa “Persamaan struktural merupakan suatu analisis untuk mengetahui pengaruh hubungan yang terjadi antara variabel terikat dan kolonieritas data variabel penelitian dengan memakai dari rumus struktural”.

Rumus persamaan struktural tersebut adalah sebagai berikut:

Persamaan struktural

Kepuasan konsumen (Y_1)

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

Loyalitas pelanggan (Y_2)

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

Loyalitas pelanggan (Y_2)

$$Y_2 = a + b_5Y_1 + e$$

Persamaan struktural dengan menggunakan variabel *intervening*

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

Keterangan:

Y_1 : Kepuasan konsumen

Y_2 : Loyalitas konsumen

a : nilai konstanta

b_1, b_3 : Nilai dari koefisien regresi Kualitas produk

b_2, b_4 : Nilai dari koefisien regresi Kualitas pelayanan

b_5 : Nilai dari koefisien regresi kepuasan konsumen

X_1 : Kualitas produk

X_2 : Kualitas pelayanan

e : *error*

Uji Hipotesis Penelitian

Menurut Ghozali dan Ratmono (2013:95) “Uji hipotesis penelitian dapat diketahui pengaruh yang signifikan apabila *P Value* < 0,05 dan melihat nilai *original sample* yang menunjukkan pengaruh secara

positif maka dapat dikatakan pengaruh yang signifikan”. Uji hipotesis dilakukan guna menunjukkan seberapa dalam variabel yang dipengaruhi atau mempengaruhi. Signifikansi dalam uji hipotesis dapat melalui variabel mediasi maka disebut juga dengan pengaruh secara tidak langsung.

Ketentuan uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Original sample* secara positif maka dapat dikatakan pengaruh yang signifikan.
2. Jika nilai *P Value* lebih besar dari 0,05 maka tidak dapat dikatakan pengaruh yang signifikan.
3. Jika nilai *P Value* lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan pengaruh yang signifikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN Uji Validitas Konvergen (*outer loading*)

Indikator	Kualitas produk (X ₁)	Kualitas pelayanan (X ₂)	Kepuasan konsumen (Y ₁)	Loyalitas konsumen (Y ₂)	Keterangan
X _{1.1}	0.745				Valid
X _{1.2}	0.820				Valid
X _{1.3}	0.838				Valid
X _{1.4}	0.803				Valid
X _{1.5}	0.744				Valid
X _{2.1}		0.969			Valid
X _{2.2}		0.991			Valid
X _{2.3}		0.990			Valid
X _{2.4}		0.980			Valid
X _{2.5}		0.976			Valid
Y _{1.1}			0.870		Valid
Y _{1.2}			0.861		Valid
Y _{1.3}			0.820		Valid
Y _{2.1}				0.776	Valid
Y _{2.2}				0.889	Valid
Y _{2.3}				0.824	Valid
Y _{2.4}				0.795	Valid
Y _{2.5}				0.764	Valid
Y _{2.6}				0.728	Valid

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator (X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}, 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}, Y_{2.4}, Y_{2.5}, Y_{2.6}) yaitu lebih dari 0,7 dengan demikian instrumen penelitian dapat dinyatakan valid (angka berwarna hijau). Uji validitas konvergen juga dapat dilakukan dengan melihat pada

output construct reliability and validity yaitu dengan memperhatikan nilai *average variance extracted* (AVE). Validitas konvergen AVE disajikan sebagai berikut :

Variabel penelitian	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	Keterangan
X ₁ Kualitas produk	0.626	Valid
X ₂ Pelayanan	0.929	Valid
Y ₁ Kepuasan konsumen	0.723	Valid
Y ₂ Loyalitas konsumen	0.636	Valid

Sumber : Lampiran 4, Tahun 2023

Nilai *average variance extracted* diatas 0,5 (angka berwarna hijau) maka dapat diartikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dikatakan “valid”.

Uji Reliabilitas

Variabel penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X ₁ Kualitas produk	0.853	Reliabel
X ₂ Pelayanan	0.981	Reliabel
Y ₁ Kepuasan konsumen	0.810	Reliabel
Y ₂ Loyalitas konsumen	0.898	Reliabel

sumber : Lampiran 4 Tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis diatas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,70, dengan demikian instrumen yang digunakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Variabel penelitian	X ₁ Kualitas produk	X ₂ Pelayanan	Y ₁ Kepuasan konsumen	Y ₂ Loyalitas konsumen
X ₁ Kualitas produk			1.057	1.062
X ₂ Kualitas pelayanan			1.057	2.448
Y ₁ Kepuasan konsumen				2.432
Y ₂ Loyalitas konsumen				

Sumber : Lampiran 4 Tahun 2023

Uji Normalitas

Indikator	<i>Excess Kurtosis</i>	<i>Skewness</i>	Keterangan
X _{1.1}	-0.621	-0.149	Normal
X _{1.2}	-0.312	-0.025	Normal
X _{1.3}	-1.086	-0.320	Normal
X _{1.4}	-2.041	-0.042	Normal
X _{1.5}	-1.951	0.300	Normal
X _{2.1}	-0.720	-0.349	Normal
X _{2.2}	-0.734	-0.303	Normal
X _{2.3}	-0.687	-0.253	Normal
X _{2.4}	-0.705	-0.322	Normal
X _{2.5}	-0.687	-0.253	Normal
Y _{1.1}	-0.382	0.051	Normal
Y _{1.2}	-1.951	0.300	Normal
Y _{1.3}	-1.762	0.323	Normal
Y _{2.1}	-1.139	-0.117	Normal
Y _{2.2}	-1.113	0.002	Normal
Y _{2.3}	-1.384	0.234	Normal
Y _{2.4}	-1.472	0.067	Normal
Y _{2.5}	-1.976	0.256	Normal
Y _{2.6}	-1.951	0.300	Normal

Sumber : Lampiran 4 tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diartikan bahwa sebaran data seluruh indikator tersebut berdistribusi normal.

80 Uji Goodness of fit (GOF)

	Saturated Model	Estimated Model	Cut Off	Keterangan Model
SRMR	0.125	0.125	≤ 0.09	Baik
d-ULS	2.956	2.956	≥ 0.05	Baik
D_G	1.540	1.540	≥ 0.05	Baik
Chi-Square	686.873	686.873	Diharapkan kecil	Baik
NFI	0.701	0.701	> 0,5 (mendekati angka 1)	Baik

Sumber : Lampiran 4 Tahun 2023

Uji Koefisien Determinasi

Variabel Terikat	R-Square	R-Square Adjusted
Y ₁ Kepuasan konsumen	0.589	0.580
Y ₂ Loyalitas konsumen	0.481	0.464

Sumber : Lampiran 4, Tahun 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diartikan bahwa:

- Variabel Kualitas produk (X₁) dan Kualitas pelayanan (X₂) mempengaruhi Kepuasan konsumen (Y₁) sebesar 0.589 (58,9%) pengaruhnya tinggi, sedangkan sisanya % dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- Variabel Kualitas produk (X₁) dan Kualitas pelayanan (X₂) mempengaruhi Loyalitas konsumen (Y₂) sebesar 0.481 (48,1%) pengaruhnya cukup tinggi, sedangkan sisanya % dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (Inner model).

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV Y)	p Values
X ₁ Kualitas produk → Y ₁ Kepuasan konsumen	-0.043	-0.058	0.072	0.591	0.555
X ₂ Kualitas pelayanan → Y ₁ Kepuasan konsumen	0.756	0.754	0.066	11.399	0.000
X ₁ Kualitas produk → Y ₂ Loyalitas konsumen	-0.070	-0.077	0.083	0.837	0.403
X ₂ Kualitas pelayanan → Y ₂ Loyalitas konsumen	0.049	0.039	0.140	0.352	0.725
Y ₁ Kepuasan konsumen → Y ₂ Loyalitas konsumen	0.637	0.648	0.126	5.033	0.000

Sumber : Lampiran 4, Tahun 2023

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis *smart* PLS (*Partial least square*) tersebut selanjutnya dibuat persamaan struktural.

a. Persamaan struktural (inner model)

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

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= -0.043X_1 + 0.756X_2 + e$$

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + e$$

$$= -0.070X_1 + 0.049X_2 + e$$

$$Y_2 = b_5Y_1 + e$$

$$= 0.637Y_1 + e$$

b. Persamaan struktural (inner model) dengan variabel intervening

$$Y_2 = b_3X_1 + b_3X_2 + b_5Y_1 + e$$

$$= -0.070X_1 + 0.049X_2 + 0.637Y_1 + e$$

Persamaan linier tersebut menunjukkan arti dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

b₁ (-0.043) : Koefisien regresi Kualitas produk (X₁) untuk uji pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y₁), artinya kenaikan variabel Kualitas produk sebesar 1 (satu) satuan, maka Kepuasan konsumen meningkat sebesar -0.043 dengan asumsi variabel lain (Kualitas pelayanan) nilainya konstan.

b₂ (0.756) : Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X₂) untuk uji pengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y₁), artinya kenaikan variabel Kualitas pelayanan sebesar 1 (satu) satuan,

maka Kepuasan konsumen meningkat sebesar .. dengan asumsi variabel lain (Kualitas pelayanan) nilainya konstan.

b_3 (-0.070) : Koefisien regresi Kualitas produk (X_1) untuk uji pengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), artinya kenaikan variabel Kualitas produk sebesar 1 (satu) satuan, maka Loyalitas konsumen meningkat sebesar -0.070 dengan asumsi variabel lain (Kepuasan konsumen) nilainya konstan.

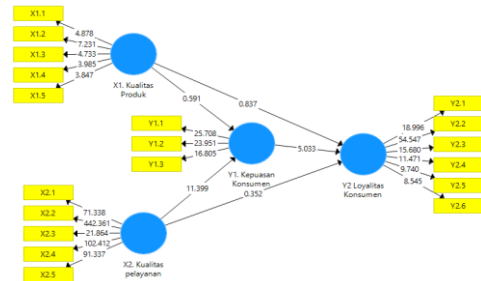
b_4 (0.049) : Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X_2) untuk uji pengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), artinya kenaikan variabel Kualitas pelayanan sebesar 1 (satu) satuan, maka Loyalitas konsumen meningkat sebesar 0.049 dengan asumsi variabel lain (Kualitas pelayanan) nilainya konstan.

b_5 (0.637) : Koefisien regresi Kepuasan konsumen (Y_1) untuk uji pengaruh terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), artinya kenaikan variabel Kepuasan produk sebesar 1 (satu) satuan, maka Kepuasan konsumen meningkat sebesar 0.637.

Uji Hipotesis Penelitian

Gambar 4

Hasil Uji Model Struktural PLS



Uji Hipotesis Penelitian Pengaruh Langsung

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (O/(STDEV))	P Values
X_1 Kualitas produk \rightarrow Y_1 Kepuasan konsumen	-0.043	-0.058	0.072	0.591	0.555
X_1 Kualitas produk \rightarrow Y_2 Loyalitas konsumen	-0.070	-0.077	0.083	0.837	0.403
X_2 Kualitas pelayanan \rightarrow Y_1 Kepuasan konsumen	0.756	0.754	0.066	11.399	0.000
X_2 Kualitas pelayanan \rightarrow Y_2 Loyalitas konsumen	0.049	0.039	0.140	0.352	0.725
Y_1 Kepuasan konsumen \rightarrow Y_2 Loyalitas konsumen	0.637	0.648	0.126	5.033	0.000

Sumber : Lampiran 5, Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, selanjutnya hasil uji hipotesis disajikan sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis pertama mengacu pada nilai *original sample* yaitu negatif (-0.043) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,555 ($>0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 1 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kualitas produk meningkat maka Kepuasan konsumen juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas produk menurun maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Kualitas produk adalah kualitas

meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen yang mencakup produk, jasa, proses, manusia dan lingkungan. Konsumen banyak memilih produk yang harganya sesuai dengan kualitas produknya. Perusahaan harus mempertimbangkan pada jumlah faktor yang terkait dengan minat konsumen dalam pembelian produk untuk penetapan harga. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian terdahulu oleh Yudha Praja, Dkk (2022)

92 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji hipotesis kedua mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,756) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,000 ($\leq 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 2 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kualitas pelayanan meningkat maka Kepuasan konsumen juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen juga akan menurun. Kualitas pelayanan menjadi keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Zulfajri (2022) dan Samsuri *et al* (2022)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis ketiga mengacu pada nilai *original sample* yaitu negatif (-0.070) dengan nilai *p*

value yaitu sebesar 0,403 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 3 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kualitas produk meningkat maka Loyalitas konsumen juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas produk menurun maka Loyalitas konsumen juga akan menurun. Seorang pemasar harus menetapkan kualitas dalam mengembangkan produknya, sebab kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu eksternal dan internal. pelanggan menilai baik buruknya kualitas produk berdasarkan persepsinya, produk dapat dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini menolak hasil penelitian terdahulu oleh Siti Zahroniya, Dkk (2022).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis keempat mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,049) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,725 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 4 ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kualitas pelayanan meningkat maka Loyalitas konsumen juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kualitas pelayanan menurun maka Loyalitas

konsumen juga akan menurun. Kualitas pelayanan menggambarkan bagaimana seharusnya sikap seorang karyawan memperlakukan konsumen dengan sebaik-baiknya, apabila tercipta kualitas pelayanan yang baik maka akan tercipta nilai dan kesan yang bagus terhadap toko tersebut. penelitian ini menolak hasil penelitian terdahulu oleh Anugrah Ramadhani Noer, Dkk (2022) dan Zulfajri (2022).

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis kelima mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,637) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,000 ($\leq 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 5 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa jika Kepuasan konsumen meningkat maka Loyalitas konsumen juga akan meningkat, begitupun sebaliknya jika Kepuasan konsumen menurun maka Loyalitas konsumen juga akan menurun. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan kesesuaian harapan, minat berkunjung kerukunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Kepuasan konsumen sangat penting bagi setiap organisasi, baik sektor jasa ataupun sektor barang, oleh karena itu tidak setiap waktu produsen dapat memuaskan pelanggan. Penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Fathimah Zahra (2022) dan Feriska *et al* (2022)

Uji Hipotesis Penelitian Pengaruh Tidak Langsung / Uji Melalui Intervening Variabel

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X_1 Kualitas produk \rightarrow Y_1 Kepuasan konsumen \rightarrow Y_2 Loyalitas konsumen	-0.027	-0.036	-0.046	0.589	0.556
X_2 Kualitas pelayanan \rightarrow Y_1 Kepuasan konsumen \rightarrow Y_2 Loyalitas konsumen	0.481	0.491	0.118	4.068	0.000

Sumber : Lampiran 6, Tahun 2022

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis keenam mengacu pada nilai *original sample* yaitu negatif (-0,027) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,556 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), melalui Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 6 ditolak**. Kualitas produk ditunjukkan langsung dengan daya tahan dan keandalan produk. Kualitas produk yang bagus akan berdampak pada kepuasan konsumen, dan terciptanya kepuasan konsumen menjadi penentu atas konsumen yang loyal. Konsumen yang merasa puas saat berkunjung memiliki dampak terhadap peningkatan Loyalitas konsumen. Dengan demikian peran variabel Kepuasan konsumen tidak signifikan dalam memediasi variabel kualitas produk terhadap Loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menolak penelitian terdahulu oleh Novita Kurnia Sari, A,G (2022) dan Fathimah Zahra (2022)

4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis ketujuh mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,481) dengan nilai *p value* yaitu sebesar 0,000 ($\leq 0,05$), maka dapat disimpulkan Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), melalui Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 7 diterima**. Kualitas pelayanan ditunjukkan langsung dengan kesungguhan dan bukti fisik bagaimana cara karyawan melayani konsumen dengan baik. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas ketika berkunjung pada toko tersebut akan berdampak terhadap peningkatan Loyalitas konsumen. Dengan demikian peran variabel Kepuasan konsumen signifikan dalam memediasi variabel kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat penelitian terdahulu oleh Kuku Agusta, Dkk (2022) dan Fathimah Zahra (2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

41 Simpulan

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

1. Kualitas produk berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan konsumen (H_1 ditolak);

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan konsumen (H_2 diterima)
3. Kualitas produk berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (H_3 ditolak);
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (H_4 ditolak);
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas konsumen (H_5 diterima);
6. Kualitas produk berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen (H_6 ditolak);
7. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen (H_7 diterima);

55 DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Agusta, K, Karadi, Praja, Y. 2022. "Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen pada Studio Foto Setia Jaya dengan Kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* di Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo". Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh

- Situbondo.
- 52 Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aria, M., & Atik, LI. 2018. Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*. Vol.1 Nomor Februari 2018, p- ISSN:2599-1779. e- ISSN:2599-1787.
- Feriska, F., Kusnadi, E., Praja, Y. 2022. 62 Pengaruh Kualitas produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen melalui Minat beli sebagai Variabel *Intervening* pada Toko kecantikan Fitkha MS Glow di Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Kewusahaan (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Volume 1(8) : 1709-1723.
- 2 Ghozali, I dan Ratmono, D. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, konsep dan Aplikasi dengan eviws 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 13 Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 99 _____ . 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- 47 _____ . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- 61 Hutasoit. 2011. *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: MagnaScript Publishing.
- Henseler, J. Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2013. 5 *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Kurnia, Sari, A, G, N. 2022 1 *Pengaruh Kualitas produk terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan pelanggan sebagai Mediasi. (Studi Pada Pelanggan Pos Ketan Legenda Kota Batu)*". Skripsi. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- 68 Kotler, P. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2012. 39 *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Bayeman Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- 21 _____ . 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Penerbit: Erlangga.
- _____ . 2015. *“Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition”* , England : Pearson Education, Inc
- _____ . 2016. 44 *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th,

- Person Education. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke-13. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- M. Mursid. 2010. *Manajemen Pemasaran*, PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Noer, R, A. Kusadi, E. Praja, Y. 2022. "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas konsumen pada Situbondo *sport center* futsal Kabupaten Situbondo dengan Kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*". Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Praja, Y, Zubairi, A, Ediyanto. 2022. "Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen dengan mediasi Variabel Keputusan pembelian pada Industri Makmur Jaya di Besuki". Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Kiduwana dan Sunarto. 2017. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Bandung: Alfabeta
- Ratih, H. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supranto, S. 2012. *Metode Riset*, Cetakan kedua . Jakarta: Rineka Cipta
- _____. 2018. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi 8 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Samsuri, M., Karnadi., Sari, L, P. 2022. "Pengaruh Kualitas pelayanan harga obat dan Lokasi terhadap Minat beli konsumen pada Apotek Olean Farma (Studi Pada Apotek Olean Farma Tenggara Kabupaten Situbondo)". *Jurnal Mahasiswa Kewirausahaan (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Volume 1(10) : 2009-2022.
- Tjiptoto, F. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi offset.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- _____. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Vanessa, G. 2017. *Customer Relationship Management And Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta
- Zahroniya, S, Arief, M, Y, Praja, Y. 2022. "Pengaruh Iklan dan Kualitas produk terhadap

- Loyalitas pelanggan pada Produk wardah melalui Keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* (Studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Absurachman Saleh Situbondo). Skripsi. Situbondo. Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.
- Zulfajri. 2022. "Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada Cv. Daeng Kuliner Makassar". Skripsi. Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Zahra, F. 2022. "Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Ayam Penyet Gopek Jl. Rambutan Di Pekanbaru) Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat". Skripsi. Riau Pekanbaru. Universitas Islam Riau Pekanbaru

● **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>Hamdah Alfiyah, Neng Siti Komariah. "Pengaruh Relationship Marketin...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 2 | <p>Neneng - Hasanah. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARU...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 3 | <p>Refita Alce. "Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terh...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 4 | <p>Rezty Fauziah Novianty, Juliater Simamarta, Dinar Dewi Kurnia, Jerman...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 5 | <p>Rosa Estriegana, José-Amelio Medina-Merodio, Roberto Barchino. "Stu...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 6 | <p>Yudi Irawan Abi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK ...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 7 | <p>Annie Ariescha, Sana Prabowo. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tenta...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 8 | <p>Ervina Ismirawati. "PENGARUH KEBAHAGIAAN DAN BUDAYA ORGANI...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 9 | <p>Hery Winoto Tj, Saparso Saparso, Ardi Kurniaputra Tamzil. "Pengaruh ...</p> <p>Crossref</p> | <1% |

- 10

Ricky Ramadhan, Lizar Alfansi, Sularsih Anggarawati. "ANALISIS FAKT...

Crossref

<1%
- 11

Agung Irsyad Trilaksono, Budi Prabowo. "Analisis Pengaruh Experienti...

Crossref

<1%
- 12

Fajriah Salim, Suyudi Arif, Abrista Devi. "Pengaruh Literasi Keuangan S...

Crossref

<1%
- 13

Marthen Hansen Tawaluyan, Theodora Maulina Katiandago, Rene Char...

Crossref

<1%
- 14

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

Crossref

<1%
- 15

Tia Aprilia Susnita. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelan...

Crossref

<1%
- 16

Aprilia Dian Evasari. "A PENGARUH PEMBAGIAN KERJA DAN BUDAYA ...

Crossref

<1%
- 17

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

Crossref

<1%
- 18

Indra Hartini. "Stimulus Pemasaran Produk Kopi terhadap Kepuasan da...

Crossref

<1%
- 19

Israhmatun Inayah, Intisari Haryanti. "MANAJEMEN HUBUNGAN PELA...

Crossref

<1%
- 20

Rikhi Wahyu Nugroho, Dian Triyani, Lulus Prapti N.S.S. "PENGARUH KU...

Crossref

<1%
- 21

Siti Nurhaliza, Wan Junita Raflah. "The Application of a Cost Plus Prici...

Crossref

<1%

- 22

Adang Suryana, Ahmad Nur Rizal, Variyan Ariadi. "PENGARUH KUALIT...

Crossref

<1%
- 23

Alvin Widiyanto Pratama, Puji Nurhayati. "Pengaruh Pemahaman Peratu...

Crossref

<1%
- 24

Estro Dariatno Sihaloho, Donny Hardiawan, Mochamad Thoriq Akbar, Ir...

Crossref

<1%
- 25

Hary Irvan Tarigan, Yulinda Manurung, Winida Marpaung. "LOYALITAS ...

Crossref

<1%
- 26

Muhammad Alief Akbar, Rita Sarlaw. "Analisis Tingkat Kesehatan Ban...

Crossref

<1%
- 27

Nanda Bakti Laksana, Asih Handayani. "PENGARUH KOMISARIS INDEP...

Crossref

<1%
- 28

Puji Isyanto, Kartika Wijayanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra...

Crossref

<1%
- 29

Sumiyati Sumiyati, Rizqi Nugroho. "Pengaruh Atmosphere, Keragaman ...

Crossref

<1%
- 30

Apriliana Apriliana, Sukaris Sukaris. "ANALISA KUALITAS LAYANAN P...

Crossref

<1%
- 31

Intan Paramiarta Ningrum, Wuryaningsih Dwi Sayekti, Rabiatal Adawiy...

Crossref

<1%
- 32

Martin Martin, Nasib Nasib. "The Effort to Increase Loyalty through Bra...

Crossref

<1%
- 33

Nanang Rustandi, Nurhasanah Ramdhani. "PENGARUH RESPONSIVEN...

Crossref

<1%

- 34

Reza Eka Perdana, Kokom Komariah, Faizal Mulia. "Analisis Citra Mere...

Crossref

<1%
- 35

Wiwit Murfitriana, Hengky Widhiandono. "PENGARUH MOTIVASI INTRI...

Crossref

<1%
- 36

Annisa Mulia Rani, Meri Prasetyawati. "Umpan Balik Proses Pembelaja...

Crossref

<1%
- 37

Antonio P.S.A. Laka, Stanislaus Amsikan, Selestina Nahak. "Pengaruh ...

Crossref

<1%
- 38

BAMBANG SUKARSONO, REDY EKO SUPRAPTO. "PENGARUH KUALIT...

Crossref

<1%
- 39

Efrita Norman, Zul Hiskandar, Evinovita Evinovita. "Kepuasan Pelangga...

Crossref

<1%
- 40

Hasbi Maulana, Faisal Salistia, Farah Chalida Hanoum. "Pengaruh Pro...

Crossref

<1%
- 41

Mohamad Dimiyati, M Fathorrazi, Andriana Andriana. "MODEL PEMBIA...

Crossref

<1%
- 42

Reynaldi Anwar, Deddy Rakhmad Hidayat. "PENGARUH GOOD CORPOR...

Crossref

<1%
- 43

Susetyowati Sofia, Johny Paembonan, Digor Mufti. "PENGARUH PELAY...

Crossref

<1%
- 44

Sutiyati Sutiyati, Henny Welsa, Ambar Lukitaningsih. "Pengaruh Social ...

Crossref

<1%
- 45

Ayi Mi'razul Mu'minin. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED Q...

Crossref

<1%

- 46

Khalimatus Sadiyah, Elliv Hidayatul Lailiyah, Sri Yaumi, Sawabi Sawabi.... <1%

Crossref
- 47

M.Noor Salim, Syifa Aulia. "ANALYSIS DETERMINANT OF DIVIDEND P... <1%

Crossref
- 48

Mochammad Faisal Fadli. "Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan ... <1%

Crossref
- 49

Tulus Pujo Nugroho. "PENGARUH BRAND AMBASSADOR KUALITAS P... <1%

Crossref
- 50

Huaguang Zhang. "<![CDATA[Guaranteed Cost Networked Control for T... <1%

Crossref
- 51

Melky Edward Buttang. "PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN ASING ... <1%

Crossref
- 52

R Y Agustini, D Suryadi, A Jupri. "Construction of Open-Ended Problem... <1%

Crossref
- 53

Siti Munispa, Chairul Amri, Rita Rahmawati. "STUDI TENTANG KUALIT... <1%

Crossref
- 54

Ayu Evida Restianah. "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BEBAN KERJ... <1%

Crossref
- 55

Ericca Nindya Regita. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas P... <1%

Crossref
- 56

Kristiningsih - Kristiningsih, Ruswiati Ruswiati. "Pengaruh Modal Inti Te... <1%

Crossref
- 57

Rian Ardian, Tiris Sudrartono. "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHA... <1%

Crossref

- 58

Gabriella Susana Tineke Ransulangi, Nordy F. L. Waney, Joachim N. K. ... <1%

Crossref
- 59

Izzah Yuz Rifa Widyaningrum. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHA..." <1%

Crossref
- 60

Lestari Kurniawati. "AGRESIVITAS PAJAK DAN MATURITAS UTANG", J... <1%

Crossref
- 61

Noor Alya, Wahyuddin Latunreng. "Analisis Pengaruh Kompetensi dan ..." <1%

Crossref
- 62

W U Hasanah, D E Murniati. "The effects of product and service quality ..." <1%

Crossref
- 63

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

Crossref
- 64

Anisa Arizona. "Pengaruh Kepercayaan Merek, Pengalaman Merek Dan..." <1%

Crossref
- 65

Anugrah Moh Nur, Syamsul Bahri, Nirwan Nirwan. "KUALITAS PRODUK ..." <1%

Crossref
- 66

Ellen Indriati, Anggie Veronica, Mentiana Sibarani. "Pengaruh Kualitas ..." <1%

Crossref
- 67

Hadita Hadita, Wirawan Widjanarko, Hafizah Hafizah. "Pengaruh Kualit..." <1%

Crossref
- 68

Melinda Desy Wahyuni. "PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAA..." <1%

Crossref
- 69

Muhammad Rizal Nur Irawan. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA..." <1%

Crossref

- 70 Novita Kumala Sari, Murniati Murniati. "Pengaruh Negara Asal terhada... <1%
Crossref
-
- 71 Rifki Arikah An Namla, Sukaris Sukaris, Budiyono Pristyadi, Al Kusani A... <1%
Crossref
-
- 72 Syukuri Ahmad Rifai, Helmi Susanti, Aisyah Setyaningrum. "Analisis Pe... <1%
Crossref
-
- 73 Ulvia Fadilah, Eka Mahmudin S. "PENGARUH PROFESIONALISME DAN ... <1%
Crossref
-
- 74 WAHYU DWI KURNIAWAN. "PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI K... <1%
Crossref
-
- 75 Zunita Rohmawati. "KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TE... <1%
Crossref
-
- 76 Dian Harianti, Elimawaty Rombe, Ponirin Ponirin. "PENGARUH CITRA M... <1%
Crossref
-
- 77 Dian Riskarini, Yuli Ardianto, Reffy Reffy. "LOYALITAS WISATAWAN DA... <1%
Crossref
-
- 78 Emilyo Charlos Tuahatu, Alfredo Tutuhatonewa, Johan M. Tupan. "ANA... <1%
Crossref
-
- 79 Frinov feldiko ibhar Diko. "Pengaruh Retailing Mix terhadap keputusan ... <1%
Crossref
-
- 80 Gusi Putu Lestara Permana, Ni Luh Putu Puspita Dewi. "ANALISIS FAK... <1%
Crossref
-
- 81 I Gede Agus Junyantara, I Putu Deddy Samtika Putra. "PENGARUH PEN... <1%
Crossref

- 82

I Made Suryana Wibawa, Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati, I Putu Nu... <1%

Crossref
- 83

Ketrina Arwakom, Syaikhul Falah, Anthonius H. Citra Wijaya. "AN ANAL... <1%

Crossref
- 84

Mochamad Bukhori, Tutik Ekasari. "FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIM... <1%

Crossref
- 85

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

Crossref
- 86

Nur Fitri Rahmawati. "PENGARUH KERELASIAN PEMASARAN DAN CIT... <1%

Crossref
- 87

Ratmono Ratmono, Suwarto Suwarto, Tasya Herma Sabhila. "Pengaruh... <1%

Crossref
- 88

Salwa Aini Febrianti, Dedi Junaedi, Sukarna Sukarna. "Analisis Penerap... <1%

Crossref
- 89

Shera Wulan Ruswandi, R. Deni Muhammad Danial, Nor Norisanti. "Imp... <1%

Crossref
- 90

Siti Puti Fauziah Hilman, Novi Marlana. "PENGARUH EXPERIENTIAL M... <1%

Crossref
- 91

Sriwahyuni Paembong, Adisty Shabrina Nurqamarani, Eddy Soegiarto. "... <1%

Crossref
- 92

Stepanus Maikel Tungga, Agus Supandi Soegoto, Jane Grace Poluan. "... <1%

Crossref
- 93

Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ... <1%

Crossref

- 94

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

Crossref

<1%
- 95

Wida Arindya Sari, Fiorintari Fiorintari, Qisthi Ardhi. "Persepsi Generasi-...

Crossref

<1%
- 96

Azhar Latief, Fenty Fauziah. "Corporate Governance, Profitabilitas, Size...

Crossref

<1%
- 97

Rokh Eddy Prabowo, Kis Indriyaningrum, Anggita Dian Setyani. "PENGA...

Crossref

<1%
- 98

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

Crossref

<1%
- 99

Sularwan Sularwan, Djoko Santoso. "MEMBANGUN KINERJA MELALUI ...

Crossref

<1%
- 100

Dinda Dwi Wardani, Lu'Lu'll Maknuun, Ahmad Mukhlisuddin. "Pengaruh...

Crossref

<1%
- 101

Donny Ristiawan, Darwin Hartono. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DA...

Crossref

<1%
- 102

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

Crossref

<1%
- 103

Erwan Aristyanto, Aditya Surya Nanda, Andi Farouq Hasan. "Pengaruh ...

Crossref

<1%
- 104

Fahmi Kamal, Widi Winarso, Lia Mardiani. "PENINGKATAN KEPUASA...

Crossref

<1%
- 105

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

Crossref

<1%

106

Rushadiyati Rushadiyati. "ANALISIS RASIO KEUANGAN TERHADAP HA... <1%

Crossref

107

Zuhratul Aulia, Syahmardi Yacob, Tona Aurora Lubis. "PEMBENTUKAN ... <1%

Crossref

● Excluded from Similarity Report

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

EXCLUDED SOURCES

Mustika Hidayat, Effed Darta Hadi, Sularsih Anggarawati. "Analisis Pengaruh ...	9%
Crossref	
Anang Kurniawan, Ambar Lukitaningsih, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar...	8%
Crossref	
Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS P...	8%
Crossref	
Aldo Septa Nugraha. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsume...	8%
Crossref	
Prawiniko Sugistianto, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	7%
Crossref	
Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran. "PENGAR...	7%
Crossref	
Julinha Betty Guterres Riu, IBN Udayana, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar...	7%
Crossref	
Sucihati Sucihati, Suhartini Suhartini. "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN D...	7%
Crossref	
Mayang Dwi Sayekti, Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Brand Image dan Kuali...	7%
Crossref	
Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi...	7%
Crossref	

Martin Purba, Ade Parlaungan Nasution, Aziddin Harahap. "Pengaruh Kualitas...	6%
Crossref	
Defrisan Frand Giany Chinna, Agus Supandi Soegoto, Woran Djemly. "ANALISI...	6%
Crossref	
Oliver Loi, Ahmad Yudhira. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap L...	6%
Crossref	
Tiara Azalia Septyarani, Nurhadi Nurhadi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan ...	6%
Crossref	
Anak Agung Ngurah Arindra Kusuma. "Pengaruh kualitas pelayanan dan prod...	5%
Crossref	
Sindi Kurnia Sari, Sonja Andarini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia ter...	5%
Crossref	
Isti Riana Dewi, Rut Jeges Michel, Dewi Anggun Puspitarini. "PENGARUH KUA...	5%
Crossref	
Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, ...	5%
Crossref	
Zuhrotil Wasilah Alintani, Muhammad Demsi Dupri. "Pengaruh Harga, Lokasi ...	5%
Crossref	
Ahmad Hanafi, Retno Endah Supeni, Pawestri Winahyu. "Citra Merek, Suasana...	5%
Crossref	
Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ...	4%
Crossref	
Yunita Aprilia, Sonja Andarini. "Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terh...	4%
Crossref	

Yulita Nabila Putri, Endang Sutrisna. "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualita...	4%
Crossref	
I Putu Agus Heryana, Ni Putu Isha Aprinica, Miko Andi Wardana. "Pengaruh ku...	4%
Crossref	
Mohammad Ubait Hisni, Feti Fatimah, Yohanes Gunawan. "Analisis Pengaruh ...	4%
Crossref	
Dewa Ayu Candra Devi, Komang Ratih Tunjungsari, Ni Made Rinyanthi. "Peng...	4%
Crossref	
Dini Dwi Ermawati, Angga Putri Ekanova. "ANALISIS PENGARUH BAURAN PE...	4%
Crossref	
Dewi Panglipur Ati, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Pengaruh Harga, Kualitas Prod...	4%
Crossref	
Mohammad Arief Baehaqi, Ida Bagus Nyoman Udayana, Henny Welsa. "Penga...	4%
Crossref	
Tiara Ajmi Rissalah, Lisa Sulistyawati. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loy...	4%
Crossref	
Liza Nora, Nur Afifah Kaamilah, Siti Hafnidar Harun. "Determinants of Custom...	4%
Crossref	
Sang Ayu Widya Wahyuni, Ni Wayan Maryuni Erawati. "Pengaruh kualitas pela...	4%
Crossref	
Windy Chindiawaty Sabaru, Rudy S Wenas, Yunita Mandagie. "PENGARUH K...	3%
Crossref	
Rohani Rohani. "Analisis Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga, Promosi...	3%
Crossref	

Novia Indah Lestari. "Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Prod...	3%
Crossref	
Lilis Nur Afiah, Budi Prabowo. "Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepua...	3%
Crossref	
ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO...	3%
Crossref	
Norbaiti Norbaiti, Winda Setia Rahmi. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Me...	3%
Crossref	
Salma Putri Effendi, Emron Edison. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepu...	3%
Crossref	
Aris Ginajar Kusuma Putra, Suyoto Suyoto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK D...	3%
Crossref	
Sri Rahayu, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHAD...	3%
Crossref	
Tino Agus Salim, Theresia Pradiani, Fathorrahman. "PENGARUH KUALITAS P...	3%
Crossref	
Mamik Kusuma Ningrum, Trias Setyowati, Wenny Murtaliningtyas. "Kualitas P...	3%
Crossref	
Hayani Hayani. "Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Ke...	3%
Crossref	
Ilza Febrina, Lisa Nurlitasari, Lela Nurlaela Wati. "PENGARUH KUALITAS PELA...	3%
Crossref	
Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix Terhada...	3%
Crossref	

Sukaris Sukaris, Novita Tri Yulia. "The role of product quality, promotion, conf...	3%
Crossref	
Ni Kadek Sintha Pratiwi, I Wayan Suartina, Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat. "...	3%
Crossref	
Desi Rahmawati Supraja, Tri Inda Fadhila Rahma, Nursantri Yanti. "Faktor-Fakt...	3%
Crossref	
Budi Lestari, Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelay...	3%
Crossref	
Deni Vavi Arlin, Jati Imantoro. "Pengaruh Kewajaran Harga dan Perkembanga...	3%
Crossref	
Winda Winda, Firmansyah Kusumayadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	3%
Crossref	
Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK ...	3%
Crossref	
Tri Wijayani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND I...	3%
Crossref	
Nikmah Baqiyyatus Shalihah, Oktami Imtihani MK, Tri Wulandari, Rizki Hidayat...	3%
Crossref	
Cesilia Novita Simarmata, Suwandi Ng, Fransiskus E. Daromes. "UKURAN PER...	3%
Crossref	
Nurul Hakiki Nurul Hakiki, I Nengah Subadra, Ni Putu Yunik Anggreni. "PENG...	3%
Crossref	
Cecep Saepul Rohman Cecep Saepul Rohman, Arie Hendra Saputro Arie Hend...	3%
Crossref	

Vandy Renald, Siti Rosyafah, Indah Noviandari. "Pengaruh Kualitas Produk Pel...	3%
Crossref	
Lailizakiatul Makrifah, Yudha Trishananto. "PENGARUH BUKTI FISIK, LAYANA...	3%
Crossref	
Siti Nurjanah, Rina Sukmawati, Muslima Muslima, Subhi Alwi. "PENGARUH KU...	3%
Crossref	
I Kadek Kelvin Prayeska, Gede Yoga Kharisma Pradana, I Wayan Kiki Sanjaya. ...	3%
Crossref	
Devi Fitriani, Soedarmadi Soedarmadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN I...	3%
Crossref	
Viola Amdya Rifqi, Hermin Endratno. "PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERC...	3%
Crossref	
Ni Putu Yuli Tresna Dewi, Dewa Nyoman Usadha, Dhia Kamala. "Kualitas Pela...	3%
Crossref	
Gita Wardani, Yayuk Yuliana, Julianto Hutasuhut, Abd.Rasyid Syamsuri. "Peng...	3%
Crossref	
Syavira Suci Supratman, Silvya L Mandey, Ferdy Roring. "ANALISIS PENGARU...	3%
Crossref	
M. Andi Ardiyanto, Mr. Tabrani. "PENGARUH CITRA RUMAH SAKIT DAN KUAL...	3%
Crossref	
ROCHMAT HIDAYAT HARIYONO. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS...	3%
Crossref	
Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL...	3%
Crossref	

Henny Puspitasari, Rosida P Adam, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARU...	3%
Crossref	
Chelly Widyantriana, Henny Welsa, Putri Dwi Cahyani. "Pengaruh Relationship ...	3%
Crossref	
Muhammad Edy Supriyadi. "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, D...	3%
Crossref	
Angga Putri Ekanova Nurlaela, Ranti Putri Pratiwi. "DETERMINAN BAURAN P...	3%
Crossref	
Ranti April Yani, Mathora Tatiana Sinambela, Irsyad Lubis. "ANALISIS FAKTOR...	3%
Crossref	
Rizki Amalia, Ine Aprianti. "PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN T...	3%
Crossref	
Marliana Handata Saputri, Didik Kurniawan, Mazna Mazna, Vicky F Sanjaya. "P...	3%
Crossref	
Dani Agung Wicaksono, Trias Ayu Laksanawati, Dwi Budian Ningsih. "PENGAR...	3%
Crossref	
Novita Damayanti, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Kualitas ...	3%
Crossref	
Harfian Irwinsyah, Hanny Nurlatifah. "Analisis Pengaruh Brand Trust, Product ...	2%
Crossref	
Aprih Santoso, Nunik Kusnilawati. "EVALUASI DETERMINAN KEPUASAN MAH...	2%
Crossref	
Riska Asnawi Nyonyie, Johnny A. F. Kalangi, Lucky F. Tamengkel. "Pengaruh ...	2%
Crossref	

<p>Aan Maulana, Rosida P Adam, Benyamin Parubak. "PENGARUH KUALITAS PR... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Sonia Okky Astiti, Dian Marlina Verawati, Ivo Novitaningtyas. "THE EFFECT OF... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Ni Nyoman Suriani, Idris Azis, Mohammad Ali Murad. "PENGARUH KUALITAS ... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Neti Zuhelti, Lina Ade Chusmita, Busriadi Busriadi. "Pengaruh Kualitas Produk... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Muhammad Rosyihuddin. "Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Ke... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Annisa Marinda Salam. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, B... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Hendri Herman, Vargo Christian L. Tobing. "Peran Kualitas Pelayanan dan Kua... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Christin Julianny Rorong, Hendra Novie Tawas, Mira H Rogi. "PENGARUH AT... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Fadia Afriyani, Reminta Lumban Batu. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Yunita Astikawati, Eka Suryani, Avelius Dominggus Sore. "PENGARUH KUALIT... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Billy Rolly Sondakh, Johnny R. E. Tampi, Tinneke M. Tumbel. "Pengaruh Bukti ... Crossref</p>	<p>2%</p>
<p>Marina Malian. "PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN PELAYANAN TERHA... Crossref</p>	<p>2%</p>

Isana S.C. Meranga. "Anteseden Word Of Mouth pada Konteks Perguruan Tin...	2%
Crossref	
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter...	2%
Crossref	
Eko Darmawan, Suharyono Suharyono. "Tingkat Kepuasan Konsumen dalam ...	2%
Crossref	
Ni Kadek Ayu Novita Mawar Sari, Ida Ketut Kusumawijaya. "PENGARUH KUAL...	2%
Crossref	
Guffron Abdul Azis, Mukhamad Roni, Taufiq Anshori. "Pengaruh Keunggulan ...	2%
Crossref	
I Wayan Suartina, Anak Agung Ngurah Sadiartha, Ni Nyoman Rahayu Diantari ...	2%
Crossref	
Eka Buana Putri, Durotun Nasikah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kua...	2%
Crossref	
Efti Novita Sari, Syafriade Zulmi, Bustami Bustami. "Pengaruh Kualitas Pelaya...	2%
Crossref	
Lionarto Lionarto, Melitina Tecolalu, Soegeng Wahyoedi. "Harga dan Kualitas ...	2%
Crossref	
Eigis Yani Pramularso. "Pengaruh Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan P...	2%
Crossref	
Dinti Gircela, Lela Nurlaela Wati. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra M...	2%
Crossref	
Nurus Safa'atillah. "ANALISIS PENGARUH FAKTOR KELENGKAPAN PRODUK, ...	2%
Crossref	

Amelza Sastri Yundini. "PENGARUH TANGGAPAN KONSUMEN MENGENAI PR...	2%
Crossref	
Rangga Aldion, Ali Ibrahim Hasyim, Ktut Murniati. "PENGARUH BAURAN PEM...	2%
Crossref	
Parlindungan Purba, Herniwati Tafonao. "Pengaruh Harga dan Media Sosial In...	2%
Crossref	
Komang Sintia Meliani, Ni Luh Putu Agustini K.. "PENGARUH BAURAN PEMAS...	2%
Crossref	
Muhlisul Fuad, Agung Suryanto. "Predicting the Mediating Impact of Consume...	2%
Crossref	
Eti Marpuah, Basar Maringan Hutaaruk. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas ...	2%
Crossref	
Indyah Hartami Santi, Indria Guntarayana. "Effect Of Supply Chin Product Qual...	2%
Crossref	
Ratna Susilowati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI ...	2%
Crossref	
Agfinia Hardiyanti Putri, Elimawaty Rombe, Chalil Chalil. "PENGARUH KUALIT...	2%
Crossref	
Ni Made Wulan Pradnyadewi, Dewiati Sujadi. "PENGARUH KUALITAS PROD...	2%
Crossref	
Priyo Utomo, Maria Krisnanti, Komarun Zaman, Ayi Hendriawan, Abdul Manan...	2%
Crossref	
Ni Putu Eka Wahyu Utami, I Made Suasti Puja. "Pengaruh Citra Koperasi, Kepe...	2%
Crossref	

M. Rizal Nur Irawan. "Pengaruh Strategi Pemasaran, Kepercayaan Dan E-Com...	2%
Crossref	
Evilia Tristiyanti, Suardi Suardi, Syamsul Bachri Daeng Parani. "PENGARUH K...	2%
Crossref	
Adi Pratama, Fadli Mohammad Saleh, Femilia Zahra, Nadhira Afdhalia. "PERS...	2%
Crossref	
Nadia Putri Permata Ray Bimaria, Murie P. Kulu, Peridawaty Peridawaty. "Pen...	2%
Crossref	
Alfian Agung Firmansyah, Nanik Rianandita Sari. "Pengaruh Fasilitas dan Pela...	2%
Crossref	
Resti Yulistria, Rosento Rosento, Eka Putri Handayani, Isnurrini Hidayat Susilo...	2%
Crossref	
Ilfam Yaksi, Kokom Komariah, Asep M. Ramdan. "Determinasi Jaminan Layan...	2%
Crossref	
I Gede Witayasa, I Nyoman Sudiarta. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TE...	2%
Crossref	
M. Rishaldi Dwi Cahya N., Acep Samsudin, Kokom Komariah. "Kekuatan Serv...	2%
Crossref	
Erisa Deliyani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHAD...	2%
Crossref	
Tirta Mulyadi, Pandu Adi Cakranegara, Srifatmawati Ahmad, Muhammad Azizi...	2%
Crossref	
Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan...	2%
Crossref	

Annisatun Nur Fitriani. "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HAR...	2%
Crossref	
Made Agus Adhy Putra, Luh Komang Candra Dewi. "PENGARUH CUSTOMER ...	2%
Crossref	
Geo Vanny Maruli Tua, Andri, Ira Meike Andariyani. "PENGARUH KUALITAS P...	2%
Crossref	
I Nyoman Sudiarta, I Gusti Ayu Eka Suwintari. "PENGARUH PELAYANAN DAN ...	2%
Crossref	
I Made Adhi Andreanata, Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi. "Pengaruh Promosi...	2%
Crossref	
Mohamad Dimiyati. "KOMPARASI PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DE...	2%
Crossref	
Mac Donald Walangitan. "KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELAN...	2%
Crossref	
Aisyah Nur Fatimah, Fryda Fatmayati. "Pengaruh Service Performance dan Fa...	2%
Crossref	
Marcella Veren Tataael, Agus Supandi Soegoto, Jane Grace Poluan. "Analisis P...	2%
Crossref	
Avelius Dominggus Sore, Irma Tripurwanti, Anna Marganingsih. "PENGARUH ...	2%
Crossref	
Asih Kurnianingsih. "UPAYA MENINGKATKAN KEPUTUSAN MERCHANT ANC...	2%
Crossref	
Abdurrahim Abdurrahim, Hendy Tannady, Dhiana Ekowati, Winanto Nawarcon...	2%
Crossref	

Yeni Afriyani, Muhajirin Muhajirin. "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap...	2%
Crossref	
Susi Susanti. "PENGARUH PERPUTARAN KAS DAN PERPUTARAN PIUTANG T...	2%
Crossref	
Silfa Dalita Irdana, Wisnu Mahendri. "Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket H...	2%
Crossref	
Ferdy Roring. ""Analysis Influence Brand Equity and Service Quality to Costum...	2%
Crossref	
Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand Image T...	2%
Crossref	
Sirojudin Siroj, Desti Nurwidiawati, Asrti Mailani, Rizki Alyan Syachwaldi, Agus...	2%
Crossref	
Feby Febrian. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MIN...	2%
Crossref	
Chairunnisa Nurul Maulida, Arina Dieni Kamila. "PENGARUH K-POP BRAND A...	2%
Crossref	
Melani Quintania, Sasmitha Sasmitha. "Pengaruh Desain dan Inovasi Produk ...	2%
Crossref	
Rully Armanto, Muji Gunarto. "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tel...	2%
Crossref	
Engkus Engkus. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN...	2%
Crossref	
Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUASAN KO...	2%
Crossref	

Akhmad Hitten, Arief Susanto. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan ...	2%
Crossref	
Muhammad Agung Anggoro, May Chel, Bambang Purnomo. "Pengaruh promo...	2%
Crossref	
Cindy Oktavia Cahayani, Sutar Sutar. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHA...	2%
Crossref	
Vina Oktaviani, Widiananda Indah Permata. "Peranan Kualitas Produk dan Kualita...	2%
Crossref	
Ida Ayu Agung Ngurah Indrawati. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN RBC D...	2%
Crossref	
Indra Prabhata. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODU...	2%
Crossref	
Ni Kadek Meita Juliawati, I Nengah Aristana, Ni Putu Yunik Anggreni. "PERA...	2%
Crossref	
Muh Afandi, Suardi Suardi, Muzakir Tombolotutu. "PENGARUH KEPERIBADIAN ...	2%
Crossref	
Huthamy Marendra Putri, Johnny Tanamal, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALI...	2%
Crossref	
Akbar Rakhman, Tri Septin Muji Rahayu. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PR...	2%
Crossref	
Jamaluddin Jamaluddin. "Pengaruh Service Performance Dan Kualitas Produk ...	1%
Crossref	
Shofi Nur Rahmah. "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEP...	1%
Crossref	

Irsyad Ardy Haryanto, Heni Pridia Rukmini Sari. "Pengaruh Kinerja Petugas Cle...	1%
Crossref	
Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN...	1%
Crossref	
Muhamad Yazid Bustomi, Indah Novita Dewi. "Pengaruh Bauran Pemasaran te...	1%
Crossref	
Dila Erlianti, E Maznah Hijeriah, Windi Adriani. "ANALISIS PELAYANAN PUBLI...	1%
Crossref	
Risma Risma, Syaiful Muhyidin, Ira Eka Pratiwi. "PENGARUH KUALITAS LAYA...	1%
Crossref	
Sri Widiastuti, Rifda Nabila. "How to Expand Repurchase Intention? Interventio...	1%
Crossref	
Steffany Revina Wulandari, Ari Susanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, ...	1%
Crossref	
Ardiansyah Japlani, Fitriani Fitriani, Siti Mudawamah. "PENGARUH KUALITAS ...	1%
Crossref	
Purna Sari, Chalil Chalil, Enki P Nainggolan. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK T...	1%
Crossref	
Devi Edriani, Harmelia Harmelia. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek t...	1%
Crossref	
Danil Muhlisin, Novita Ekasari. "MODEL STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS...	1%
Crossref	
Adriansyah Adriansyah, Syamsul Bachri Daeng Parani, Ira Nuriya Santi. "KUAL...	1%
Crossref	

Surya Menggala Putra, Mustopa Mustopa. "Promosi dengan Minat Beli Konsu...	1%
Crossref	
Karnila Ali. "PENGARUH PELAYANAN DAN DAYA TARIK PRODUK TERHADAP ...	1%
Crossref	
Bambang Somantri, Andi Riyanto, Galih Raspati, Eva Marsusanti. "Optimalisas...	1%
Crossref	
Nurfatma Asriyanti, Arif Nugroho, Racmi Yulianti. "Pelayanan Publik Melalui Si...	1%
Crossref	
Bagus Imansyah, Hery Pudjoprastyono. "Kualitas Produk dan Persepsi Harga t...	1%
Crossref	
Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini. "PEN...	1%
Crossref	
Dennis Pratama. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DA...	1%
Crossref	
Via Edenia Robot, Silcyljeova Moniharapon, Sjendry S. R Loindong. "Pengaruh ...	1%
Crossref	
SIGIT INDRAWIJAYA, ARBET IRAWAN NASUTION. "ANALISIS KUALITAS PEL...	1%
Crossref	
Denny astrie Anggraini, Mela Sundari. "PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGA...	1%
Crossref	
T. Enika Rosmika. "ANALISIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERDASA...	1%
Crossref	
Elmor Benedict Wagiu, Rianto Doharma Sihotang. "Analisis Persepsi Anggota ...	1%
Crossref	

Elmi Rakhma Aalin. "PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSI...	1%
Crossref	
Salamatun Asakdiyah, Deny Ismanto. "Model penguatan loyalitas mahasiswa ...	1%
Crossref	
Ratna Prilianti, Ma'arif, Gunarno. "Evaluasi Hasil Pelatihan di Pusdiklat Tenag...	1%
Crossref	
Gugup Tugi Prihatma. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tambahan La...	1%
Crossref	
Venoncia Irene Kurnia Dewi, Debby Satyo Rusandy. "Analisis Layanan Branchl...	1%
Crossref	
Syofian Syofian. "PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, EKSPEKTASI DAN KUALI...	1%
Crossref	
Nurjana Rumengan, Agus S. Soegoto, Hendra N. Tawas. "STRATEGI PEMASA...	1%
Crossref	
Nur Anim Jauhariyah, Ahmad Munawar, Mahmudah Mahmudah. "Strategi Pe...	1%
Crossref	
Mochammad Faisal Fadli. "STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN ...	1%
Crossref	
Iga Maghfirah Deviana, Elimawaty Rombe, Rahmat Mubaraq. "KUALITAS PRO...	1%
Crossref	
Nurdin Wahid, Ratmono Ratmono. "Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudah...	1%
Crossref	
I Kadek Rizki Pramana Putra, Ni Made Hartini. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEM...	1%
Crossref	

Anton Bawono. "Kontribusi Religiusitas dalam Perilaku Pengambilan Keputus...	1%
Crossref	
Irwani Irwani, Desi Andayani. "Pelayanan Administrasi Pertanahan di Kecamat...	1%
Crossref	
Hadi Ahmad Sukardi, Anggi Andriyanti Putri, Ahmad Zulfahmi Ubaidillah. "Pen...	1%
Crossref	
Zainal Abidin Sahabuddin, Bram Hadianto. "The effect of board governance a...	<1%
Crossref	
Siska Sri Wahyuni. "An Analysis on The Creation of Conduasive Working Envi-r...	<1%
Crossref	
Saefur Rohman, Fino Wahyudi Abdul. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN D...	<1%
Crossref	
Sofiyatus Soleha, Miftahus Surur. "Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Belajar Ter...	<1%
Crossref	
Ferdynandus Ralph Pangkarego, Usman, Veneranda Rini Hapsari, Yosua Dam...	<1%
Crossref	
Ida Ayu Arini, Ni Kadek Ayu Trisna Dewi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Li...	<1%
Crossref	
Bustanul Haq, Johnny Tanamal, Nirwan Nirwan. "FAKTOR-FAKTOR YANG DIP...	<1%
Crossref	
Arbet Irawan Nasution. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA KANTOR KE...	<1%
Crossref	
Nandya Eka Sari, Teddy Oswari. "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, ...	<1%
Crossref	

Marnia .. "PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP LOYALITAS... <1%

Crossref

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

Crossref

Veliana Angela, Eristia Lidia Paramita. "PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITA... <1%

Crossref

Danang Prastiya Cahyadinata, Cholifah Cholifah, Sutopo Sutopo. "ANALISIS P... <1%

Crossref

Rohman Wilian, Fitri Chairunnisa. "ANALISIS PENGARUH LEADERSHIP DAN P... <1%

Crossref

Yusita Titi Hapsari, Shendy Andrie Wijaya, Intan Tri Novitas Sari. "Pengaruh K... <1%

Crossref

Ni Putu Widiastuti, I Wayan Astawa, Umami Latifah. "PENGARUH KUALITAS L... <1%

Crossref

Eliakim Purba, Diding Kusnady. "Pengaruh Kualitas Jasa Dan Pelayanan Prima... <1%

Crossref

Bayu Nur Kuncoro. "PENGENDALIAN KUALITAS PRODUKSI DENGAN METODE... <1%

Crossref

Silvi Aulia, Basar Maringan Hutauruk. "Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas ... <1%

Crossref

Rahma Yuliani, Widyakanti Widyakanti. "PENGABDIAN : MENCIPTAKAN VALU... <1%

Crossref

Rahma Yuliani. "PENGABDIAN : MENCIPTAKAN VALUE ADDED (NILAI TAMBA... <1%

Crossref

Risma Indriani, Maya Astria Lestari, Ramayani Yusuf. "Strategi Marketing Prod... <1%

Crossref

Asqolani Asqolani, Sopian Sopian. "DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR YANG ME... <1%

Crossref

Wan laura Hardilawati. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-1... <1%

Crossref

Sobia Shafaq Shah, Asif Ali Shah, Farzana Memon, Atika Ahmad Kemal, Arjum... <1%

Crossref

Lahcene Makhloufi, Noorulsadiqin Azbiya Yaacob, Abderrazak Ahmed Laghou... <1%

Crossref

Juan Carlos Ocampo-Alvarado, María Paulina Ullauri-Ugarte. "Factores para la... <1%

Crossref

Firman Sinaga, Angelia Hendri, Gusti Ayu Pramatinah. "Strategi Pemasaran Ca... <1%

Crossref

Amir Zaib Abbasi, Muhammad Asif, Amjad Shamim, Ding Hooi Ting, Raouf Ah... <1%

Crossref

Citra Rizkiana, Asih Niati. "PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK PAK... <1%

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

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

Crossref

REGINA M. NABAIS. "OPTIMIZING A LACTIC FERMENTATION of SLICED CAR... <1%

Crossref

Komir Bastaman, Tony Pathony. "Kualitas Pelayanan Obat BPJS di Apotek Ra... <1%

Crossref

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

Crossref

M. Rizal Afrianto, Hammam Rofiqi Agustapraja. "Evaluasi Faktor-faktor Yang ... <1%

Crossref

Sarwo Eddy Wibowo Dan Lisbet Situmorang. "PEMANFATAN MEDIA SOSIAL S... <1%

Crossref

Ulrich Schmelzle, Daniel A. Pellathy, Wendy L. Tate, Junhong Min. "The condu... <1%

Crossref

Rehan Tariq, Fakhta Zeib. "Political empowerment among young voters: Socia... <1%

Crossref

Raja Ahmed Jamil, Urba Qayyum, Syed Ramiz ul Hassan, Tariq Iqbal Khan. "Im... <1%

Crossref

Simon R Knowles, Pragalathan Apputhurai, Zoe Jenkins, Emmet O'flaherty et ... <1%

Crossref

Saeed Rabea Baatwah, Ali Ali Al-Ansi, Ehsan Saleh Almoataz, Zalailah Salleh. ... <1%

Crossref

Navya Ververthi, Victor Prybutok, Lingzi Hong. "An Emerging Adults' Patient P... <1%

Crossref

Marco Guerci, Annachiara Longoni, Davide Luzzini. "Translating stakeholder p... <1%

Crossref

Mohammed Anam Akhtar, Adel Sarea, Imran Khan, Khurram Ajaz Khan, Madh... <1%

Crossref

Juan Diego Vaamonde, Alicia Omar, Solana Salessi. "From organizational justi... <1%

Crossref

Jorge Vergara-Morales, Montserrat Rodríguez-Vera, Milenko Del Valle. "Evalu... <1%

Crossref

Kosaku Morioka. "ソリューション提示型カスタマイゼーションの効果", Japan Marketing Journal, 2020 <1%

Crossref

Diah Pradiatiningtyas. "UPAYA INBOUND MARKETING OLEH GEMBIRA LOKA ... <1%

Crossref

Gabriella M. Umbas, Melliana, Rachel G. Reinatha, Anderes Gui, Muhammad ... <1%

Crossref

Regina Utami Nasution, Nuri Aslami. "Strategi Dalam Manajemen Pemasaran"... <1%

Crossref

Morgane Innocent, Samuel Guillemot, Patrick Gabriel, Annick Tamaro. "Accélé... <1%

Crossref

Morgane Innocent, Agnès François-Lecompte. "La valeur retirée d'une pratiqu... <1%

Crossref

Jeroen Dikken, Jan K. Kazak, Veronica Soebarto, Joost van Hoof. "Views of ol... <1%

Crossref

Jumriana Ibriani, Esther Sanda Manapa, Mardiana Ahmad, Werna Nontji, Devi... <1%

Crossref

Lia Istifhama. "STRATEGI BERTAHAN DAN MODAL SOSIAL PEDAGANG PASA... <1%

Crossref

Devi Noviyanti. "STRATEGI PROMOSI WISATA RELIGI MAKAM SYEKH SURGI ... <1%
Crossref