

PAPER NAME

jme gita 2022.pdf

WORD COUNT

4816 Words

CHARACTER COUNT

31089 Characters

PAGE COUNT

15 Pages

FILE SIZE

517.8KB

SUBMISSION DATE

Jan 4, 2023 10:32 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 4, 2023 10:34 AM GMT+7

● 25% Overall Similarity

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

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

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Manually excluded sources

5
98
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGMAN PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA UD. YULI MAKMUR
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI KABUPATEN SITUBONDO**

Nurul Gita Safitri
gitanurul1919@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Randika Fandiyanto
randika@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Dwi Perwitasari Wiryaningtyas
dwiperwita@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

Marketing is a business activity designed to meet the needs of the community with mutual benefit, just as producers and consumers provide reciprocity of their needs. Marketing strategy is the effort of business actors in marketing activities and target markets to achieve company goals through a marketing mix that includes Product Strategy, Price, Distribution and Promotion.

34
96
62
81
66
The purpose of this study was to analyze and test the effect of marketing strategy on increasing product sales at UD. Yuli Prosperous. The population in this study were all UD consumers. Yuli Makmur who is in Situbondo Regency. The money sampling technique used is a probability sampling technique with a simple random sampling method. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Smart PLS 3.0 (Partial Least Square) application with the Structural Equation Model.

101
18
9
100
24
The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that product quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, product diversity has a significant positive effect on consumer satisfaction, product quality has a positive but not significant effect on consumer loyalty, product diversity has a significant positive effect on consumer loyalty and consumer satisfaction has a significant positive effect on consumer loyalty. The results of the indirect effect hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that product quality has a significant positive effect on consumer loyalty through consumer satisfaction and product diversity has a significant positive effect on consumer loyalty through consumer satisfaction.

Keywords : Product quality, Product diversity, Consumer satisfaction, Consumer loyalty

I. PENDAHULUAN

UD. Yuli Makmur merupakan UD. Yuli Makmur adalah salah satu usaha bisnis yang berkembang dengan pesat dan pesaingnya juga banyak. UD. Yuli Makmur merupakan bisnis kuliner makanan ringan yang terletak di Jalan Kalbut Raya, Desa Semiring Kecamatan

Mangaran Kabupaten Situbondo ini memproduksi makanan ringan yang terbuat dari bahan dasar beras ketan sehingga menjadi sebuah produk berupa rengginang dengan berbagai macam aneka rasa. Rengginang itu sendiri merupakan salah satu olahan pangan setengah jadi yang terbuat dari bahan pangan serealialia berupa beras ketan. Produk rengginang yang

terdapat pada UD. Yuli Makmur dengan merek dagang Rengginang Mbak Yul terdiri dari rengginang bawang, ikan terasi, gula merah, cumi-cumi, udang, kerang, *rainbow*/pelangi, terasi pedas, rengginang *Mix*, kerupuk ikan dan kerupuk puli. Banyaknya varian rasa atau keragaman produk yang ditawarkan juga sangat bervariasi dengan kualitas produk yang terjamin.

Dari hasil pengamatan atau observasi untuk pertama kalinya, penelitian menemukan beberapa permasalahan atau fenomena yang terjadi atau terdapat pada objek yang akan diteliti yaitu yang pertama Kualitas produk. Kualitas produk yang ditawarkan oleh UD. Yuli Makmur sangat terjamin, tidak mudah remuk walaupun dikirim ke luar kota, serta tidak perlu dijemur kembali. Artinya konsumen bisa langsung menggoreng produk yang ingin dikonsumsi, selain itu, produk ini memiliki ciri khas yang gurih dan renyah pada saat dikonsumsi. Adanya kualitas produk yang terjamin, konsumen akan merasa puas, sesuai dengan harapan dan tidak kecewa karena telah melakukan pembelian produk yang ada di UD. Yuli Makmur. Fenomena yang kedua adalah Keragaman produk yang ditawarkan bervariasi, hal ini akan memudahkan para konsumen dalam memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya, serta memudahkan konsumen dalam berbelanja di satu tempat, dengan memberikan jaminan dan kemudahan ini konsumen akan merasa puas, tidak akan ragu untuk kembali melakukan pembelian yang berulang-ulang dan akan dengan mudah merekomendasikan UD. Yuli Makmur kepada calon konsumen dan

orang-orang terdekat mereka. Semua kebutuhan dan keinginan konsumen yang telah terpenuhi dengan mudah akan menjadikan konsumen tersebut merasa puas, selain itu konsumen akan menjadi loyal terhadap produk yang tersedia di UD. Yuli Makmur, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan produk, serta membuat konsumen menjadi tidak ragu untuk kembali membeli produk yang tersedia di UD. Yuli Makmur. Rasa puas ini yang akan menjadikan konsumen akan kebal terhadap produk pesaing yang sejenis.

106 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) mendefinisikan bahwa Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi: daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.” Menurut Assauri (2019:211) mengemukakan bahwa, “Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.”

Menurut Tjiptono (2007:16) indikator kualitas produk terdiri dari lima macam, yaitu:

- 1) Kinerja
Kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) Kesesuaian dengan Spesifikasi

Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

- 3) Fitur
Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 4) Estetika
Yaitu berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- 5) Kesan Kualitas
Sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) “Keragaman produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta persediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan” Engel (2013:209) “Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalam luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko”. Bervariasi produk yang tersedia dalam perusahaan sangat mempengaruhi konsumen untuk

berkunjung serta melakukan pembelian. kesediaan dari berbagai macam produk perlu diperhatikan dari pihak perusahaan agar konsumen tidak mudah pindah atau tergoda untuk melakukan pembelian ke tempat yang dirasa produknya lebih lengkap dan beragam.

Indikator Keragaman produk menurut Whidya (2010:204) terdiri dari lima indikator, antara lain:

- 1) Ukuran produk
Yaitu merupakan kapasitas dari produk itu sendiri yang di mana akan berdampak pada harga jual yang diberikan penjual pada konsumen.
- 2) Jenis produk
Yaitu adanya berbagai jenis atau tipe dari produk yang ditawarkan produsen pada konsumen yang memiliki ukuran harga yang berbeda.
- 3) Bahan produk
Yaitu bahan baku yang digunakan dalam membuat produk di mana bahan tersebut secara menyeluruh tampak pada produk jadinya.
- 4) Desain produk
Yaitu proses menciptakan produk baru yang baru akan dijual oleh perusahaan untuk konsumen.
- 5) Kualitas produk
Yaitu keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjual belikan sesuai dengan harapan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2015:65), “Kepuasan konsumen adalah tingkat

42 perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya seorang konsumen". Menurut 12 Kotler dan Keller (2012:196) mengungkapkan bahwa "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkan". Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seorang konsumen baik perasaan senang ataupun perasaan kecewa terhadap suatu produk yang telah dimiliki atau dikonsumsi oleh konsumen.

108 Indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:70) mengemukakan bahwa ada empat indikator pokok, yaitu: 36

- 1) Bukti langsung (*Tangible*)
Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.
- 2) 45 Daya tanggap (*Responsiveness*)
Yaitu keinginan para staf untuk membantu konsumen dan memberi pelayanan yang cepat tanggap.
- 3) 4 Jaminan (*Assurance*)
Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya dan resiko keraguan.
- 4) 29 Empati (*Emphaty*)
Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Loyalitas Konsumen

6 Menurut Hurriyati (2008:128) Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam, untuk berlangganan kembali atau untuk melakukan pembelian ulang barang/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meski 52 pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi yang mengakibatkan perubahan perilaku". Loyalitas konsumen merupakan perilaku seorang konsumen untuk terus berkomitmen tinggi dalam pembelian ulang suatu produk tertentu, merekomendasikan kepada orang lain dan menunjukkan sikap tidak mudah goyah terhadap pesaing yang menawarkan produk yang sama.

Loyalitas merupakan aset penting bagi perusahaan untuk mempertahankan konsumen untuk terus setia dan tidak tergoda terhadap produk pesaing perusahaan. Perusahaan dalam mempertahankan konsumen yang loyal harus dilakukan dengan strategi yang tepat, karena untuk memperoleh konsumen yang loyal perusahaan tidak dilakukan dengan instan, perusahaan harus meningkatkan kualitas produk serta keragaman produk untuk membuat konsumen menjadi puas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga konsumen tidak akan berpikir dua kali dalam melakukan pembelian ulang dan berkomitmen terhadap produk ataupun ke perusahaan itu sendiri. Konsumen yang loyal juga akan dengan senang hati untuk merekomendasikan produk yang dikonsumsinya kepada calon konsumen lainnya.

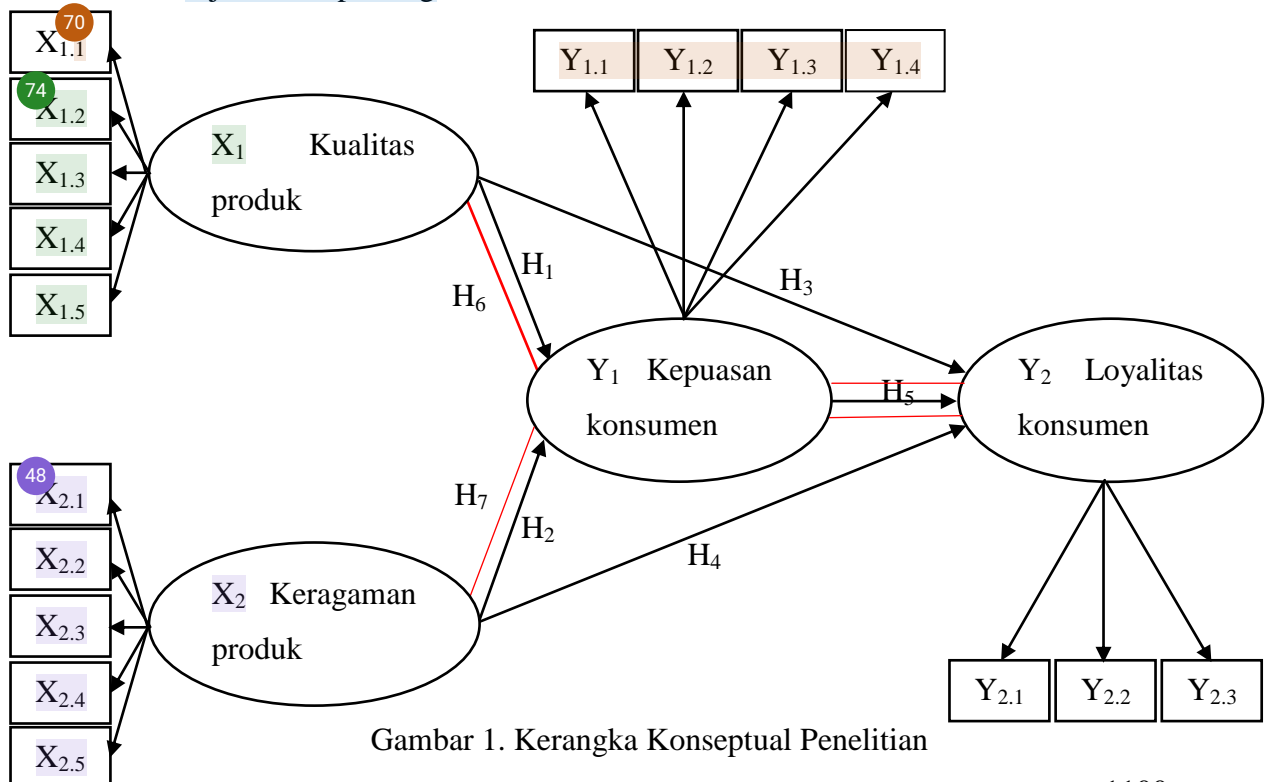
Menurut Hurriyati (2008:128) indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur
Konsumen akan terus melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk apabila konsumen tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan baik dan merasakan terhadap produk tersebut.
- 2) Merekomendasi produk atau jasa
Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang mereka rasakan kepada calon konsumen maupun kepada orang-orang di sekitarnya dengan suka rela.
- 3) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk/jasa sejenis dari pesaing

91 Konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk akan terus setia kepada produk tersebut dan tidak akan goyah pendiriannya walaupun banyak yang menawarkan produk yang sama dari para pesaing.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian merupakan hubungan atau keterkaitan antara satu konsep dengan konsep lainnya pada masalah yang akan diteliti. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka maka dapat dilihat hubungan dari variabel independen, yaitu Kualitas produk (X₁), dan Keragaman produk (X₂), terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen (Y₁), dan Kepuasan Konsumen (Y₂). Berikut ini akan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian ini yang dapat dilihat dari Gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:64) “Hipotesis merupakan pernyataan atau hubungan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris”. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan belum didasarkan dengan fakta-fakta yang empiris dan sesuai dengan kenyataan di lapangan.

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian dapat disusun sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H₂ : Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen
- H₃ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen
- H₄ : Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen
- H₅ : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen
- H₆ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*
- H₇ : Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen melalui Kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*

II. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:28) Metode penelitian manajemen adalah merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang manajemen”. Rancangan kuantitatif digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dari variabel yang diteliti pada penelitian ini, selanjutnya lebih memperjelas arah dari penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara Kualitas produk dan Keragaman produk yang mempengaruhi Loyalitas konsumen dengan Kepuasan konsumen sebagai Variabel *Intervening*.

Waktu dan Tempat

Objek pada penelitian ini bertempat di salah satu usaha rengginang UD. Yuli Makmur yang terletak di Desa Semiring RT/RW 002/003 Kecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo. Waktu penelitian dilakukan selama 3 bulan yang dimulai dari bulan Februari sampai dengan bulan April 2022.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini

populasinya adalah seluruh konsumen UD. Yuli Makmur di Kabupaten Situbondo pada saat penelitian adalah sebanyak 1.780 konsumen (89 hari). Bulan Februari 20 konsumen x 28 hari = 560 konsumen, pada bulan Maret 20 konsumen x 31 hari = 620 konsumen dan pada bulan April 20 konsumen x 30 hari = 600 konsumen.

Menurut Sugiyono (2019:62) ¹⁶ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2010:146) yaitu "Ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari populasi dengan presentasi ¹⁷ kelonggaran ketidakteelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan". Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditoleransi adalah sebesar 10%. Rumus menentukan sampel:

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

²⁸ Keterangan:

n : Ukuran Sampel
 N : Jumlah Sampel
 e : Toleransi kesalahan adalah sebesar 10%

Berdasarkan ⁴⁴ dari rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.780}{1 + 1.780 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.780}{1 + 1.780 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.780}{18,8}$$

$$n = 94,68$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan

pada penelitian ini adalah sebanyak 94,68 responden, maka dibulatkan menjadi 95 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Secara umum data yang diperoleh dari ¹³ penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. ⁵⁰ Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu melalui observasi, wawancara, study pustaka, kuesioner dan dokumentasi pada saat penelitian berlangsung.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, ⁵¹ termasuk pengujiannya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

⁹⁴ Responden yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen UD. Yuli Makmur, yang dipilih sejumlah 95 konsumen.

Uji Validitas Konvergen

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:195) "Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai kolerasi tinggi". Validitas konvergen pada penelitian ini digunakan untuk mengukur nilai

average variance extracted (AVE) dan nilai *outer loading*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah program *Smart PLS 3.0*. Aturan yang ditetapkan pada penelitian ini untuk nilai *average variance extracted* (AVE) harus memenuhi 0,5 sedangkan untuk nilai *outer loading* minimal 0,7.

Uji Reliabilitas

Menurut Abdillah dan Hartono (2015:196) “Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran”. Uji reliabilitas pada penelitian ini data yang diperoleh dianalisis menggunakan program *Smart PLS 3.0* untuk mengetahui hasil analisis data tersebut dapat dikatakan reliabel sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan yaitu nilai *crobanch alpha* dan *composite reliability* > 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghazali (2011:154) mendeskripsikan bahwa, Uji asumsi klasik ada lima yaitu uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokolerasi, dan uji linieritas”. Peneliti hanya menggunakan dua uji asumsi klasik pada penelitian ini, yaitu:

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2012:105) “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.” Uji Multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat nilai *Collinierity Statistics (VIF)* pada “*Inner VIF Value*” pada hasil analisis program *Smart PLS 3.0*. karena menggunakan program *Smart PLS 3.0* uji

Multikolinieritas dapat dikatakan tidak melanggar asumsi klasik “Multikolinieritas” apabila nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) $\leq 5,0$, apabila melanggar asumsi klasik “Multikolinieritas” maka variabel independen akan saling mempengaruhi satu sama lainnya dengan nilai VIF > 0,5.

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2012:160) mengemukakan bahwa, Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak.” Distribusi data secara normal artinya data tersebut tidak menjauhi nilai median (tengah), namun jika data tersebut menjauhi nilai tengah yang berakibat terjadinya penyimpangan data sehingga terjadi pelanggaran terhadap uji normalitas atau data tersebut tidak normal. Penelitian ini uji normalitas dianalisis menggunakan program *Smart PLS 3.0* untuk menguji nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness*. Nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness* yang digunakan pada penelitian ini adalah rentang -2,58 hingga 2,58.

Uji Goodness Of Fit

Uji *Goodness of Fit* (GOF) merupakan pengujian kelayakan model yang pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data dalam sampel pada penelitian mengikuti sebuah distribusi teoritis tertentu atau tidak. Pengujian *goodness of fit* pada penelitian ini menggunakan program *Smart PLS 3.0* dengan tiga ukuran *fit* model, diantaranya:

- 1) SRMR (*Standardizeid Root Mean Square Residual*) $\leq 0,09$
- 2) *Chi-Square* diharapkan kecil

- 3) NFI (*Normed Fit Indeks*) > 0,5
atau mendekati angka 1

3 Uji koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) “Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen”. Uji koefisien determinasi pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar nilai *R-Square* berpengaruh pada variabel dependen, apabila nilai *R-Square* berubah maka dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Persamaan Struktural

Menurut Sanusi (2011:186) mengemukakan bahwa, “Persamaan struktural menjelaskan pengaruh variabel eksogen terhadap endogen”. “Inner model atau model struktural dapat dievaluasi dengan melihat stabilitas dari estimasi yang dinilai menggunakan uji t-statistik yang dilihat melalui prosedur *bootstrapping* (Ghozali & Latan, 2015:78)”. Prosedur *bootstrapping*

pada penelitian ini menggunakan program *Smart PLS 3.0* yaitu dengan menganalisis *Path Coefficient* dan *Specific Indirect Effects*.

Uji Hipotesis Penelitian

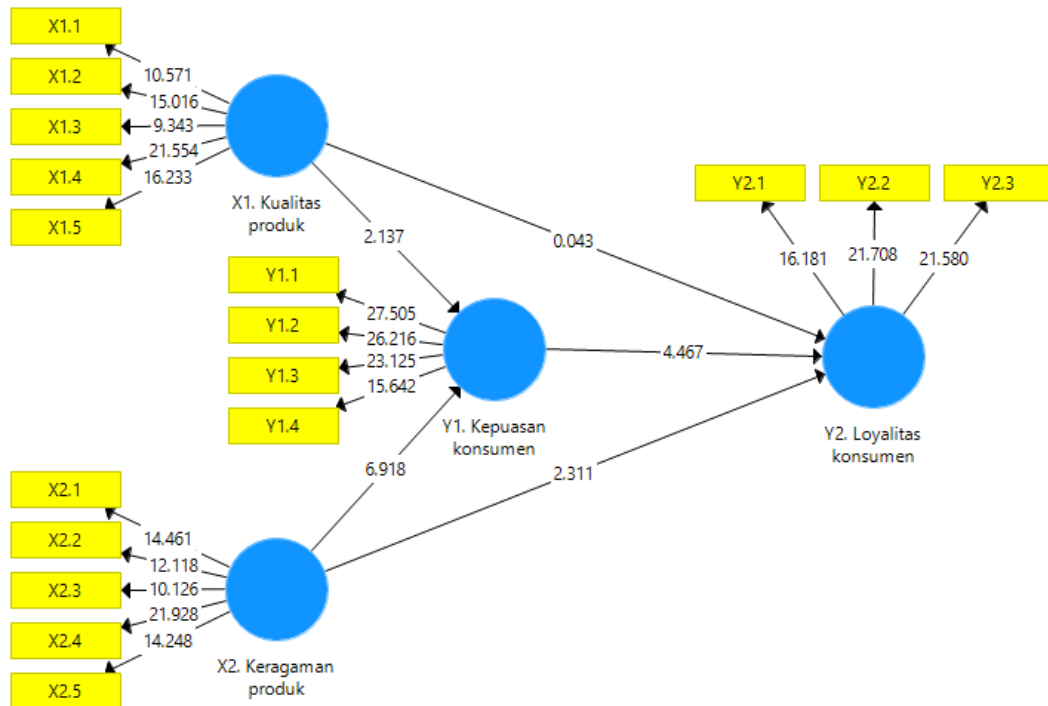
Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui kebenaran dari hipotesis pada penelitian serta memudahkan dalam proses penelitian. Uji hipotesis persamaan struktural pada penelitian ini dianalisis menggunakan program *Smart PLS 3.0* dengan cara menguji *bootstrapping* guna untuk memperoleh hasil pengolahan data. Kriteria pengujian dalam menguji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Nilai *original sample* : menunjukkan pengaruh negatif atau positif;
- Nilai *P Value* : digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh.

Keterangan:

67 Jika nilai *P Value* lebih besar dari 0,05 (> 5%) maka tidak berpengaruh signifikan.

68 Jika nilai *P Value* kurang dari 0,05 (\leq 5%) maka berpengaruh signifikan.



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural

Pembahasan

Kepuasan konsumen pada UD. Yuli Makmur menjadi tolak ukur dalam pengembangan bisnis di masa depan dan peningkatan keuntungan yang didapatkan. Kepuasan konsumen dapat memainkan peran mediasi dalam efek terkait Kualitas produk dan Keragaman produk pada Loyalitas konsumen, serta dapat menunjukkan hubungan antara Kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor seperti Kualitas produk dan Keragaman produk dalam menentukan tingkat Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen khususnya pada usaha UD. Yuli Makmur Situbondo.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,184) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,033 (< 0,05), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 1 diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat dilihat bahwa Kualitas produk mempunyai pengaruh besar dalam menentukan Kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan semakin tinggi Kualitas produk yang ditawarkan maka hal ini akan menciptakan citra positif terhadap produk yang di produksi, meningkatkan dan mempertahankan Kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Menciptakan citra positif dengan menciptakan produk bebas dari

kerusakan dan konsisten terhadap Kualitas produk yang di produksi artinya tidak mengurangi bahan produk yang membuat Kualitas produk berubah sehingga konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk yang telah dibayarnya. Hasil penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Riskawati (2020).

2. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,520) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,000 (< 0,05), maka dapat disimpulkan Keragaman produk (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan konsumen (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 2 diterima**. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya produk yang tersedia dan diperjualbelikan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta kemudahan konsumen dalam berbelanja dalam satu tempat. Alternatif pilihan produk yang bervariasi cenderung membuat konsumen senang dan sedikit banyak terbantu karena konsumen dapat berpikir sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk dan dapat sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Hal ini tentunya akan membawa kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen di satu tempat karena konsumen dapat membeli barang atau produk sesuai dengan harapannya, sehingga tercipta kepuasan konsumen saat berbelanja. Hasil dari penelitian ini mendukung dan memperkuat temuan penelitian terdahulu oleh Pulungan (2017).

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,004) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,965 (> 0,05), maka dapat disimpulkan Kualitas produk (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 3 ditolak**. Berdasarkan pengujian tingkat Kualitas produk tidak dapat mempengaruhi Loyalitas konsumen, hal ini dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu seperti pada saat pengiriman ke luar kota secara otomatis menggunakan jasa pengiriman umum, dalam proses pengiriman produk akan tercampur dengan produk yang lain, dengan begitu risiko produk rusak sangat besar karena berimpitan dengan produk lainnya, terjadi penipuan pada saat membeli bahan baku yaitu beras ketan. Bahan baku yang digunakan tidak sama dengan bahan baku yang telah diproduksi lebih dulu sehingga menyebabkan kualitas produk menjadi berubah dan saat musim hujan produk akan lebih lama kering karena menunggu sinar matahari yang lebih cerah, hal ini menyebabkan konsumen akan menunggu lebih lama untuk melakukan pembelian, sehingga hal tersebut tidak dapat mempengaruhi Loyalitas konsumen secara langsung. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Sari (2019).

4. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,270) dengan

nilai P Value yaitu sebesar 0,021 (< 0,05), maka dapat disimpulkan Keragaman produk (X_2) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 4 diterima**. Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan pilihan jenis dan variasi produk suatu perusahaan dapat membentuk Loyalitas konsumen. Loyalitas dapat diperoleh dari konsumen yang merasa nyaman berbelanja karena dapat memilah dan memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Faktor-faktor tersebut mendorong konsumen menjadi loyal karena pada akhirnya mereka hanya akan mencari barang atau produk dari satu tempat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Nasikhak (2019).

5. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,521) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,000 (< 0,05), maka dapat disimpulkan Kepuasan konsumen (Y_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2), dengan demikian **Hipotesis 5 diterima**. Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Konsumen dengan kepuasan yang tinggi sangat mungkin untuk membentuk loyalitas, yang mengarah pada loyalitas konsumen. Hal ini dikarenakan jika konsumen merasa puas dengan perusahaan, maka

konsumen yang pernah ada sebelumnya akan kembali lagi di kemudian hari karena terkesan dan sudah mengetahui kualitas perusahaan dengan baik. Sehingga konsumen cenderung loyal dalam waktu yang lama. Selain itu, dengan meningkatnya kepuasan konsumen, loyalitas konsumen akan terus meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Pureklolong (2017).

6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,096) dengan nilai P Value yaitu sebesar 0,038 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1), maka dengan demikian **Hipotesis 6 diterima**. Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh Kepuasan konsumen. Kualitas produk sangat penting untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumen, terciptanya kepuasan terhadap konsumen akan mempengaruhi Loyalitas konsumen secara tidak langsung, tingkat kepuasan semakin tinggi maka tingkat kelayakan/ Loyalitas konsumen juga akan meningkat, sehingga secara tidak langsung konsumen akan loyal dengan adanya rasa puas yang konsumen rasakan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Sari (2019).

7. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,271) dengan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,001 (< 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Keragaman produk (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas konsumen (Y_2) melalui Kepuasan konsumen (Y_1), maka dengan demikian **Hipotesis 7 diterima**. Variasi produk yang tersedia di UD. Yuli Makmur sangat berpengaruh penting terhadap konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. UD. Yuli Makmur menciptakan produk yang beragam ini sangat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di satu tempat sehingga memberikan kenyamanan terhadap konsumen dan tidak perlu mencari tempat lain guna untuk membeli produk yang diinginkan, oleh sebab itu variasi produk yang beragam akan memberikan konsumen keuntungan dan keuntungan yang jelas yang pasti akan menyenangkan konsumen, oleh sebab itu konsumen tidak ingin mempersulit diri mereka sendiri, sehingga lebih memilih berbelanja di satu tempat yang memudahkan dalam memilih produk. Loyalitas konsumen akan cenderung meningkat jika konsumen merasa puas, sehingga Keragaman produk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, ditambah dengan peran mediasi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Nasikhak (2019).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

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

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

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun

saran-saran akan dituliskan sebagai berikut:

1. Bagi UD. Yuli Makmur

Berdasarkan dari hasil pembahasan di atas, saran untuk UD. Yuli Makmur

adalah sebagai berikut :

- a. Bagi UD. Yuli Makmur perlu ditingkatkan variabel Kualitas produk dengan meningkatkan indikator Fitur.
- b. Bagi UD. Yuli Makmur perlu ditingkatkan variabel Keragaman produk dengan meningkatkan indikator Bahan produk.
- c. Bagi UD. Yuli Makmur perlu ditingkatkan variabel Kepuasan konsumen dengan meningkatkan indikator Empati (*Emphaty*).
- d. Bagi UD. Yuli Makmur perlu ditingkatkan variabel Loyalitas konsumen dengan meningkatkan indikator Melakukan pembelian uang secara teratur.

2. Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini bagi Universitas dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum tentang Manajemen Pemasaran yang selanjutnya dapat menambah pengetahuan dan informasi maupun studi kepustakaan dan sivitas akademika khususnya yang berkenaan dengan variabel Kualitas produk dan Keragaman produk dalam menentukan Loyalitas konsumen dengan mediasi Kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil penelitian ini bagi peneliti lain diharapkan dapat menjadi suatu bahan masukan untuk mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan

dengan variabel Kualitas produk, Keragaman produk, Kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen sehingga dapat lebih dikembangkan lagi serta sesuai dengan kebutuhan ilmu saat ini.

14 DAFTAR PUSTAKA

Abdillah dan Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

69 Assauri, S. 2019. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Cetakan ke-17. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.

Engel, F. 2013. *Perilaku Konsumen*. The Drydn Pres. Jakarta: Bina Aksara.

84 Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 26 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

82 _____ 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ke-5. Semarang: 2 Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I dan Latan, H. 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

104 Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas*

- Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- 103 Kotler, P dan Amstrong, G. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhallindo.
- 41 Kotler, P dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- _____ . 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: Prehalindo.
- 72 Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke-3. Bandung: Alfabeta.
- 19 _____ . 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ . 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- 95 Ijptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- 89 _____ . 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- 22 Umar, H. 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Serta Bisnis*. Edisi kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- 85 _____ . 2015. *Riset Pemasaran dan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 15 Whidya, U. C. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

● **25% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

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

TOP SOURCES

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

- | | | |
|----------|---|---------------|
| 1 | <p>Robby Sandhi Dessyarti. "PERAN PERILAKU ADAPTIF ANTARA LINGKU...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 2 | <p>Nurviyanto Widya Nugroho, Wing Wahyu Winarno, Hanson Prihantoro P...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 3 | <p>Bonifacio Borges Neto Araujo. "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Beban...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 4 | <p>Dian Sulistyorini Wulandari. "ANALISIS KEMANFAATAN NPWP,KUALIT...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 5 | <p>Hadita Hadita, Wirawan Widjanarko, Hafizah Hafizah. "Pengaruh Kualit...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 6 | <p>Markoni Markoni. "PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN, CIT...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 7 | <p>Nurwanto Nurwanto, Riana Rachmawati Dewi, Endang Masitoh. "Penga...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 8 | <p>Agus Saeful Saeful, Ida Rapida, Nur'aeni Nur'aeni. "Pengaruh Kurs Rupi...</p> <p>Crossref</p> | <1% |
| 9 | <p>Andrian Wahyu Laksono, Nanang Suryadi. "Pengaruh Citra Merek, Kepe...</p> <p>Crossref</p> | <1% |

- 10 Anita Latuheru. "PENGARUH NILAI TUKAR TERHADAP VOLUME EKSP... <1%
Crossref
-
- 11 Ni Kadek Dewi Susanti, Putu Hery Susanti, Gusti Alit Suputra. "Pengar... <1%
Crossref
-
- 12 Aprih Santoso, Nunik Kusnilawati. "EVALUASI DETERMINAN KEPUASA... <1%
Crossref
-
- 13 Arozatulo Bawamenewi. "ANALISIS TINDAK TUTUR BAHASA NIAS SEB... <1%
Crossref
-
- 14 Hesty Theresia Salle, Meinarni Asnawi, Anthonius H. Citra Wijaya. "AN... <1%
Crossref
-
- 15 Michaela Leoda Wijaya, Ricky Chia, Sabrina Oktaria Sihombing. "Penga... <1%
Crossref
-
- 16 Muhammad Randi Satrio, Chalil Chalil, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KE... <1%
Crossref
-
- 17 Muhammad Syafaat, Andika Nusa Putra. "Pengaruh Profit Sharing Ter... <1%
Crossref
-
- 18 Fadilah Fadwa, Zulkifli M. Efendi Sir, Christine Herawati Limbong. "The ... <1%
Crossref
-
- 19 Jeli Nata Liyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasi... <1%
Crossref
-
- 20 Pandu Ardana Hariyono, Nur Laely, Eni Prastiti. "ANALISIS PENGARUH ... <1%
Crossref
-
- 21 Neti Zuhelti, Lina Ade Chusmita, Busriadi Busriadi. "Pengaruh Kualitas ... <1%
Crossref

- 22

Purna Sari, Chalil Chalil, Enki P Nainggolan. "PENGARUH ATRIBUT PRO...

Crossref

<1%
- 23

Yudi Irawan Abi. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK ...

Crossref

<1%
- 24

Afria Perizky. "Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepu...

Crossref

<1%
- 25

Aulia Khairunisa, Puspita Chairun Nisa. "Pengaruh Kepuasan Konsume...

Crossref

<1%
- 26

I G.G Oka Pradnyana, I Made Purba Astakoni, Ni Made Satya Utami. "K...

Crossref

<1%
- 27

Julinha Betty Guterres Riu, IBN Udayana, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "...

Crossref

<1%
- 28

Liza Amelia Sari, Sry Rosita, Nur Hasanah. "Pengaruh kompensasi terh...

Crossref

<1%
- 29

Silvy Sondari, Annisa Aulia Suryani. "Pengaruh Insentif Terhadap Kualit...

Crossref

<1%
- 30

Sunarto Sunarto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUT...

Crossref

<1%
- 31

Syavira Suci Supratman, Silvya L Mandey, Ferdy Roring. "ANALISIS PE...

Crossref

<1%
- 32

Dina Febrian. "Pengaruh Kompetensi Pengelola Dana Desa Terhadap A...

Crossref

<1%
- 33

Mohammad Yahya Arief, Silsilatuk Faizah. "Pengaruh Marketing Mix T...

Crossref

<1%

- 34 R. Rohana, Agustini Agustini, Ike Atikah Ratnamulyani. "STRATEGI KO... <1%
Crossref
-
- 35 Yesi Nurvita Sari, Ratna Mega Sari, Ahmad Bukhari. "Analisis Faktor-fa... <1%
Crossref
-
- 36 Endang Siswati Prihastuti, Syahril Daud. "PENGARUH KUALITAS LAYA... <1%
Crossref
-
- 37 Genefaith Grace Augi, Roby Sambung, Olivia Wiinda Ony Panjaitan. "Pe... <1%
Crossref
-
- 38 Iga Maghfirah Deviana, Elimawaty Rombe, Rahmat Mubaraq. "KUALITA... <1%
Crossref
-
- 39 Ika Faradilla Purwaningrum, Tantina Haryati. "Pengaruh Good Corporat... <1%
Crossref
-
- 40 Jessica Allezsandra, Fanny Septina. "Pengaruh Corporate Image Dan P... <1%
Crossref
-
- 41 Lesta Riana Sinaga, Nur Efendi, M. Iqbal Harori. "PENGARUH KUALITA... <1%
Crossref
-
- 42 Mochammad Faisal Fadli. "Pengaruh Orang, Proses, Kualitas Layanan ... <1%
Crossref
-
- 43 Mohammad Arief Baehaqi, Ida Bagus Nyoman Udayana, Henny Welsa. ... <1%
Crossref
-
- 44 Sineba Arli Silvia. "Pengaruh Kualitas Aset Terhadap Profitabilitas Pad... <1%
Crossref
-
- 45 Tanwir Djafar, Amos Lellu. "Persepsi Pasien BPJS Tentang Mutu Pelay... <1%
Crossref

- 46 Thesalonika Alexander Defri Polii, Frederik G Worang, Jeffry L.A Tamp... <1%
Crossref
-
- 47 Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PEL... <1%
Crossref
-
- 48 Dhevia Halimah Ramadhani, Ida Bagus Nyoman Udayana. "Pengaruh Ef... <1%
Crossref
-
- 49 Elmira Febri Darmayanti. "Pengaruh Matakuliah Ekonomi UMKM dan K... <1%
Crossref
-
- 50 Nurfadila Nurfadila, Maskuri Sutomo, Asriadi Asriadi. "PENGARUH CIT... <1%
Crossref
-
- 51 Regina Lastri, Rike Setiawati, Asep Machpudin. "PENGARUH LITERASI ... <1%
Crossref
-
- 52 Syofian Syofian. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ... <1%
Crossref
-
- 53 Walter Tabelessy. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMO... <1%
Crossref
-
- 54 Abrianti Abrianti, Muh Ilham, Abdullah Igo B.D. "Analisis Kepuasan Kon... <1%
Crossref
-
- 55 Aryanto Alfredo, Chalil Chalil, Nirwan Nirwan. "LOYALITAS KONSUMEN... <1%
Crossref
-
- 56 Hantono Hantono, Ike Rukmana Sari, Felicya Felicya, Miria Daeli. "Peng... <1%
Crossref
-
- 57 Heriyanto, Eddy Soegiarto K, dan Selviana Meikayanti. "PENGARUH PR... <1%
Crossref

- 58

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

Crossref

<1%
- 59

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

Crossref

<1%
- 60

Sabilar Rosyad, Hery Suprpto. "Analisis Faktor Hambatan Bisnis Onlin...

Crossref

<1%
- 61

Vany Octaviany. "PENGARUH KUALITAS PRODUK PARIWISATA TERHA...

Crossref

<1%
- 62

Alkusani Alkusani, Rida Ilmafa'ati. "The Influence of Entrepreneurship, ...

Crossref

<1%
- 63

Dennis Pratama. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEM...

Crossref

<1%
- 64

Diandra Faiz Purnamabroto, Nanis Susanti, I.B. Cempena. "The Influen...

Crossref

<1%
- 65

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

Crossref

<1%
- 66

Edy Humaidi, Analianasari Analianasari, Cholid Fatih. "Keputusan Kons...

Crossref

<1%
- 67

Fadly Yashari Soumena, Nurul Qayyum. "DETERMINAN VARIABEL WOR...

Crossref

<1%
- 68

Ilham Setyobudi, Fitri Pribadiani, Anita Dyah Listyarini. "ANALISIS PERI...

Crossref

<1%
- 69

Mawar Sharon Kolinug, Lisbeth Mananeke, Jeffry Tampenawas. "PENG...

Crossref

<1%

- 70

Mokkapati Ravi Kumar, Jagupilla Lakshmi Prasanna, Aravindhan Alaga... <1%

Crossref
- 71

Muhammad Khadafi. "PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO, LOAN ... <1%

Crossref
- 72

Muhammad Muchlisinalahuddin Al Mubayin, Eko Widodo. "Pengaruh Li... <1%

Crossref
- 73

Nilly Yuliani Kaawoan. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PRESEPSI ... <1%

Crossref
- 74

Xiaohan Kang, Bruce Hajek, Yoshie Hanzawa. "From graph topology to ... <1%

Crossref posted content
- 75

Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepu... <1%

Crossref
- 76

Agus Hariyanto, Ari Susanti. "Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Ha... <1%

Crossref
- 77

Aprilia Jenianti Muti Rlu, Kusuma Chandra Kirana, Syamsul Hadi. "Pen... <1%

Crossref
- 78

Azwar Iskandar. "EVALUASI KESUKSESAN SISTEM PELATIHAN JARAK... <1%

Crossref
- 79

Chaterine L Mamuaja, B Rorimpandey, E Wantasen, S Dalie. "FAKTOR-F... <1%

Crossref
- 80

Dian Riskarini, Yuli Ardianto, Reffy Reffy. "LOYALITAS WISATAWAN DA... <1%

Crossref
- 81

Djunaidi Djunaidi, Heri Subagyo. "Pengaruh Service Scape dan Brand I... <1%

Crossref

- 82

Endah Satriani, Yulis Alfa. "Influence of Profitability, Solvability, and Co... <1%

Crossref
- 83

Firdaus Firdaus. "PENGARUH PERSEPSI DAN KEPUASAN KONSUMEN ... <1%

Crossref
- 84

Frydom Nainggolan, Anas Hidayet. "The Effect Of Country Of Origin, Br... <1%

Crossref
- 85

Hamka Hamka. "Pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pem... <1%

Crossref
- 86

Jesica Apolia Prayogi, Rino Rinaldo, Elvia Fardiana. "PENGARUH TER... <1%

Crossref
- 87

Mac Donald Walangitan. "KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN ... <1%

Crossref
- 88

Masharyono -, Cita Urwah Hasanah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK T... <1%

Crossref
- 89

Ni Putu Eka Wahyu Utami, I Made Suasti Puja. "Pengaruh Citra Koperas... <1%

Crossref
- 90

Novena Hasiani Tampubolon, Nuning Setyowati, Raden Kunto Adi. "Fak... <1%

Crossref
- 91

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

Crossref
- 92

Rabi'ah Dea Ihsaniah, Mohamad Adam, Yuliani *. "PENGARUH PROFIT... <1%

Crossref
- 93

Sofia Agata Sarapung, Ponirin Ponirin. "PENGARUH SERVICE QUALITY ... <1%

Crossref

- 94

Tatik Mulyati, Saraswati Budi Utami. "EFFECT of COMPETENCE, WORK ...

Crossref

<1%
- 95

Tri Andari Ratna Widyastuti. "Analysis of The Effect of Quality Service ...

Crossref

<1%
- 96

Welis Raldianingrat, Fitria Fitria. "PENGARUH MARKETING MIX DAN PE...

Crossref

<1%
- 97

Joko Prambudi, Jati Imantoro. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga P...

Crossref

<1%
- 98

Marliana Handata Saputri, Didik Kurniawan, Mazna Mazna, Vicky F San...

Crossref

<1%
- 99

Ninda Renatha Indraswari,, Ety Dwi Susanti. "Pengaruh Citra Merek dan...

Crossref

<1%
- 100

Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, Joko Utomo. "ANALISIS ...

Crossref

<1%
- 101

Seong Soo Cha, Xiao-Wu Wang. "A Cross-National Study on Selection ...

Crossref

<1%
- 102

Yuda Fernanda, Suharto Suharto. "Pengaruh Kualitas Produk Kualitas P...

Crossref

<1%
- 103

Agustini Tanjung, Rahmat Hidayat. "Influence of word of mouth locatio...

Crossref

<1%
- 104

Ahmad Alif Rahmadisa Putra. "Analysis Of Product Quality, Brand Imag...

Crossref

<1%
- 105

Amtatu Syarifah, Agustina Hanafi, Parama Santati. "Pengaruh Gaya Ke...

Crossref

<1%

-
- 106** Ari Soeti Yani, Diah Nur Aslamiyah. "PENGARUH KEUNGGULAN SISTE... **<1%**
Crossref
-
- 107** Dewi Fitriani, Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Moderasi Brand Image ter... **<1%**
Crossref
-
- 108** Goklas Agus Efendi Sianturi, Lila Muliani, Heni Pridia Rukmini Sari. "PE... **<1%**
Crossref
-
- 109** Hannah Vashti, Tony Antonio. "The Role of Price Promotion and Produ... **<1%**
Crossref
-
- 110** Lulu Indriaty. "Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Konsum... **<1%**
Crossref
-
- 111** Marcella Veren Tatael, Agus Supandi Soegoto, Jane Grace Poluan. "An... **<1%**
Crossref

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Manually excluded sources

EXCLUDED SOURCES

Anang Kurniawan, Ambar Lukitaningsih, Lusia Tria Hatmanti Hutami. "Pengar...	8%
Crossref	
Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, Djemly Woran. "PENGAR...	6%
Crossref	
Suci Novtari Kumala Dewi, Johannes Johannes. "DETERMINAN LOYALITAS P...	6%
Crossref	
Defrisan Frand Giany Chinna, Agus Supandi Soegoto, Woran Djemly. "ANALISI...	5%
Crossref	
Novia Indah Lestari. "Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Prod...	5%
Crossref	
Prawiniko Sugistianto, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ...	5%
Crossref	
Erlinda Tehuayo. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan ter...	5%
Crossref	
Marida Yulia Ronasih, Hardani Widhiastuti. "Kualitas Pelayanan, Faktor Emosi...	5%
Crossref	
Noval Galang Reza, Sri Retnaning Rahayu. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand I...	5%
Crossref	
Zunita Rohmawati. "KUALITAS, HARGA DAN KERAGAMAN PRODUK TERHAD...	5%
Crossref	

Mitha Alifia Roselina, Asih Niati. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, ...	4%
Crossref	
Aris Ginajar Kusuma Putra, Suyoto Suyoto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK D...	4%
Crossref	
Dewi Panglipur Ati, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Pengaruh Harga, Kualitas Prod...	4%
Crossref	
Anak Agung Ngurah Arindra Kusuma. "Pengaruh kualitas pelayanan dan prod...	4%
Crossref	
Vernando Alfa Watung, Rudy S. Wenas, Raymond Ch. Kawet. "ANALISIS PENG...	4%
Crossref	
Hana Yoflike Mokodompit, S. L. H. V Joyce Lapian, Ferdy Roring. "PENGARUH ...	4%
Crossref	
Fikia Siti Meisaroh, Rusdi Hidayat Nugroho, Sonja Andarini, Lia Nirawati. "Anal...	4%
Crossref	
Refly Chrismariyanto, Rosida Adam, Farid Farid. "PENGARUH KUALITAS PRO...	3%
Crossref	
Steve Marshelino Dewana Sumilat, Joyce Lapian, Debry Lintong. "Pengaruh K...	3%
Crossref	
Nadia Putri Permata Ray Bimaria, Murie P. Kulu, Peridawaty Peridawaty. "Pen...	3%
Crossref	
Briliyan Putri Cintiya Wati, Moh. Agung Suriyanto, Wenti Krisnawati. "Pengaruh ...	3%
Crossref	
Nuriatullah Nuriatullah, Mahmud, Muhammad Syafaat. "Faktor-Faktor yang ...	3%
Crossref	

Resi Afrida, Syahmardi Yacob, Novita Sari. "Membangun loyalitas pelanggan ...	3%
Crossref	
Muhamad Yazid Bustomi, Indah Novita Dewi. "Pengaruh Bauran Pemasaran te...	3%
Crossref	
Charina Azzahra Hasan, Aida Sari, Dwi Asri Siti Ambarwati. "Pengaruh Promot...	3%
Crossref	
Yonathan Sulistyو Tonung Bela. "ANALISIS MINAT PEMBELIAN DITINJAU DA...	3%
Crossref	
Vigrita Eunike Raturandang. "PENGARUH LIFESTYLE, INOVASI PRODUK DAN V...	3%
Crossref	
Rohani Rohani. "Analisis Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga, Promosi...	3%
Crossref	
I Gede Putrayasa. "Pengaruh kualitas pelayanan pramusaji dan fasilitas terha...	3%
Crossref	
Windy Chindiawaty Sabaru, Rudy S Wenas, Yunita Mandagie. "PENGARUH K...	3%
Crossref	
Huthamy Marena Putri, Johnny Tanamal, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALI...	3%
Crossref	
Nurus Safa'atillah. "ANALISIS PENGARUH FAKTOR KELENGKAPAN PRODUK, ...	3%
Crossref	
Isana S.C. Meranga. "Anteseden Word Of Mouth pada Konteks Perguruan Tin...	3%
Crossref	
Astri Ayu Purwati, Yusrizal Yusrizal, Indah Cipta Ramadhani. "Pengaruh Life St...	3%
Crossref	

Ratna Aprilia, Suryadi Suryadi, Yateno Yateno. "Pengaruh Orientasi Belanja, Ke... 3%

Crossref

Dani Agung Wicaksono, Trias Ayu Laksanawati, Dwi Budian Ningsih. "PENGAR... 3%

Crossref

Vinda Vebianti Potalangi, Stanly W. Alexander, Sintje Rondonuwu. "ANALISIS ... 3%

Crossref

Firdha Nur Atifa, Wahyuningsih Wahyuningsih, Ponirin Ponirin. "PENGARUH S... 3%

Crossref

Sang Ayu Widya Wahyuni, Ni Wayan Maryuni Erawati. "Pengaruh kualitas pela... 3%

Crossref

Atika Ronaa, Siti Ning Farida. "Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image ter... 3%

Crossref

Arys Firmansyah. "PENGARUH PRODUK, HARGA DAN LOKASI KEPUASAN KO... 3%

Crossref

Zuhrotil Wasilah Alintani, Muhammad Demsi Dupri. "Pengaruh Harga, Lokasi ... 3%

Crossref

Kartini Merdekawati Assa, Jenny Morasa, Rudy J. Pusung. "PENGARUH MOTI... 3%

Crossref

Bayu Wulandari, Nico Geraldo Sianturi, Nici Tasya Edeline Hasibuan, Imelda Tr... 3%

Crossref

ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDO... 3%

Crossref

Jamaluddin Jamaluddin. "Pengaruh Service Perfomance Dan Kualitas Produk ... 3%

Crossref

Tamam. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TER...	2%
Crossref	
Mohamad Rafdi Zhafari, Hemmy Fauzan, Nofrianto Nofrianto. "PENGARUH KE...	2%
Crossref	
SARBOINI, Nurfiani SYAMSUDDIN, MARIATI, M. Shiddiq Aulia JAMIL. "Pengar...	2%
Crossref	
Magvira Alia, Nirwan Nirwan, Suardi Suardi. "PENGARUH KUALITAS LAYANA...	2%
Crossref	
Christina Dewi Wulandari, Tri Damayanti. "PENGARUH STRUKTUR MODAL, U...	2%
Crossref	
Rosi Esa Mardiyani, Heru Satria Rukmana. "Pengaruh Keputusan Investasi, Ke...	2%
Crossref	
Dian Harianti, Elimawaty Rombe, Ponirin Ponirin. "PENGARUH CITRA MEREK ...	2%
Crossref	
Agus Salim, Herry Nurdin. "Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas P...	2%
Crossref	
Yeni Afriyani, Muhajirin Muhajirin. "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap...	2%
Crossref	
Muhammad Rosyihuddin. "Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Ke...	2%
Crossref	
Ni Nyoman Duwi Yuhani, Ponirin Ponirin. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TE...	2%
Crossref	
Wala Erpurini, Wapa Samrotul Janah. "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online S...	2%
Crossref	

Melani Quintania, Sasmitha Sasmitha. "Pengaruh Desain dan Inovasi Produk ...	2%
Crossref	
Ahmad Fauzan Fiqri, Ade Octavia. "DAMPAK E-SERVICE QUALITY, E-TRUST D...	2%
Crossref	
Violeta Thalia Kerap, Bode Lumanauw, Debry Ch.A Lintong. "PENGARUH ADV...	2%
Crossref	
Erida Erida, Sigit Indrawijaya, Deldi Abdilah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK ...	2%
Crossref	
Khoirul Ikhwan. "PENGARUH JENIS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALA...	2%
Crossref	
Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi. "ANALISIS PENGARUH PENGAM...	2%
Crossref	
Mohammad Ali Roziki, Edy Swasono. "Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Kepu...	2%
Crossref	
Lailizakiatul Makrifah, Yudha Trishananto. "PENGARUH BUKTI FISIK, LAYANA...	2%
Crossref	
Annisa Marinda Salam. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, B...	2%
Crossref	
Rachmat Hidayat, Suci Rahma Wati. "Pengaruh kesadaran Wajib Pajak dan ku...	2%
Crossref	
Kd Puspita Dwi Anjani, I Gusti Ayu Wimba. "PENGARUH KEPERCAYAAN KONS...	2%
Crossref	
Awan Santosa, Rahmahrati Esa Putri. "Pengaruh Faktor Internal Dan Ekstern...	2%
Crossref	

"Advances in Intelligent Networking and Collaborative Systems", Springer Scie...	2%
Crossref	
Noviyanti, Afrizal, Asep Machpuddin. "Factors That Affect The Level of Disclo...	2%
Crossref	
Norbaiti Norbaiti, Winda Setia Rahmi. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Me...	2%
Crossref	
Octaviani Meisy Tirsa Bogia. "THE INFLUENCE OF TRUST, CONVENIENCE AN...	2%
Crossref	
Susindra Katili, Heri Prasetyo. "PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN ...	2%
Crossref	
Novita Herlissha, Tiara Fitari. "Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Kons...	2%
Crossref	
Ni Kadek Sintha Pratiwi, I Wayan Suartina, Ida Ayu Putu Widani Sugianingat. "...	2%
Crossref	
Muhammad Basyir. "Pengaruh Physical Evidence terhadap Loyalitas Nasabah...	2%
Crossref	
Mochammad Faisal Fadli. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGG...	2%
Crossref	
Devi Devi, Putri Sahara Harahap, Ratna Sari Dewi. "Faktor yang mempengaruhi...	2%
Crossref	
Putu Yuli Wulandari. "Pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan ...	2%
Crossref	
Ayi Mi'razul Mu'minin. "PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY ...	2%
Crossref	

Makmur Sujarwo, Subekti Subekti. "Membangun Quality Function Deployment..."	2%
Crossref	
Lise Tiasanty, Arifin Sitio. "ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, ..."	2%
Crossref	
Tengku Putri Lindung Bulan, Riny Chandra. "The Effect of Ewom, Digital Marke..."	2%
Crossref	
Sang Ayu Putu Arie Indraswarawati, Cokorda Gde Bayu Putra, I Putu Teresna ...	2%
Crossref	
Iin Mazuin Agustina. "Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada ..."	2%
Crossref	
Joko Suyono, Sukaris Sukaris, Didin Saputra. "Anteseden Kepuasan Pelangga..."	2%
Crossref	
Tripena Susanti, Angelina Fitria Rina Sari. "PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP..."	2%
Crossref	
Mitha Novthafia, La Ode Turi, Jafar Ahiri. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN PE..."	2%
Crossref	
Meisye Madelina Lumantow. "PENGARUH STRUKTUR MODAL, STRUKTUR KE..."	2%
Crossref	
Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, ..."	2%
Crossref	
Yunita Astikawati, Eka Suryani, Avelius Dominggus Sore. "PENGARUH KUALIT..."	2%
Crossref	
Budi Lestari, Ivo Novitaningtyas. "Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelay..."	2%
Crossref	

Nadia Afrilliana. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan..."	2%
Crossref	
Farah Tri Megawati, Nana Umdiana, Lulu Nailufaroh. "FAKTOR-FAKTOR STRU..."	2%
Crossref	
Riesta Chahya Agustina, Awan Santosa. "PENGARUH DAR, DER DAN TATA KE..."	2%
Crossref	
Syukriyyah Syukriyyah, Karyaningsih Karyaningsih. "Pengaruh Promosi Penjua..."	2%
Crossref	
Agus Budi Purwanto, Hendro Budhi Risaputro. "Analisis Pengaruh Persepsi H..."	2%
Crossref	
Yuchep Budi Prayogo, Aglis Andhita Hatmawan. "Pengaruh Pembekalan dan ..."	2%
Crossref	
Mulyani Mulyani, Zakiyah Zahara, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUALITAS PR..."	2%
Crossref	
Veny Puspita. "PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK USAHA, KERAGAMAN ..."	2%
Crossref	
Rinto Alexandro, Amita Sari, Tonich Uda, Sri Rohaetin, Fendy Hariatama. "Pen..."	2%
Crossref	
Sukini, Bambang Mantikei, Yoga Manurung. "Pengaruh Word Of Mouth Comm..."	2%
Crossref	
Setyaji Sasongko, Abu Talkah. "The Influence of Motivation, Work Environmen..."	2%
Crossref	
Tri Wijayani, Bono Prambudi. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND I..."	2%
Crossref	

Ade Titi Nifita, Fenny Tialonawamarni. "INOVASI PRODUK DAN PENGARUHN... Crossref	2%
Nurrahmi Utami Tamping, Rita N. Taroreh, Arrazi Hasan Jan. "Pengaruh Beba... Crossref	1%
Retno Wulandari, Euis Salbiah, M.YGG Seran. "EVALUASI PROGRAM ROAD SA... Crossref	1%
Sri Widiastuti, Rifda Nabila. "How to Expand Repurchase Intention? Interventio... Crossref	1%
Luthfi Maulana Ridwan, Ani Solihat, Andry Trijumansyah. "Pengaruh Product K... Crossref	1%
Hendri Herman, Vargo Christian L. Tobing. "Peran Kualitas Pelayanan dan Kua... Crossref	1%
Lona Noviani, Najla Putri Yani. "EFEK MODERASI TIME BUDGET PRESSURE TE... Crossref	1%
Dwi Retno Wahyuni. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KE... Crossref	1%
Dhita Adriani Rangkuti, Mey Monita Lestari Manalu, Sartika Nanda Lestari, Bri... Crossref	1%
Indyah Hartami Santi, Indria Guntarayana. "Effect Of Supply Chin Product Qual... Crossref	1%
Alfian Sigit Permana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITA... Crossref	1%
Akhmad Izzuddin. "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP HASIL KIN... Crossref	1%

Wenny Anggeresia Ginting, Karina Anatasia Asmara Silitonga, Mariani Mariani...	1%
Crossref	
Fitriah Melinda Ainun, Retno Widowati, Triana Indrayani. "Pengaruh Pijat Oksit...	1%
Crossref	
Diah Ambarwati, Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Kualitas E-Service Terhada...	1%
Crossref	
Rijlan Hasanuddin, Ahmad Syukri SS, Nofrianto Nofrianto. "Pengaruh Produk, ...	1%
Crossref	
Andini Dwi Saputri, Susi Handayani, Muhammad Kurniawan DP. "Pengaruh Dis...	1%
Crossref	
Yudha Prawira, Lismawati Lismawati, Aisyah Aisyah. "Faktor Yang Memengar...	1%
Crossref	
Novita Damayanti, Muhammad Wadud, Roswaty Roswaty. "Pengaruh Kualitas ...	1%
Crossref	
Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPU...	1%
Crossref	
Revel Sangkay, Sandy Sutanto, Sendy Aria Widiartanto, Innocentius Bernarto. ...	1%
Crossref	
Azlan Azhari. "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Peran Citra Sebagai ...	1%
Crossref	
Nurjaya Nurjaya, Nenden Maulida. "TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN PADA A...	1%
Crossref	
A. Aviv Mahmudi. "INTEGRASI SERVQUAL DAN AHP UNTUK EVALUASI KUALI...	1%
Crossref	

Siti Aminah. "Peranan Orangtua Dalam Mengantisipasi Kemerosotan Akhlak p...	1%
Crossref	
Siti Aisyah Suciningtias, Heri Sudarsono, Sri Anik, Sasti Anjana Widhyasti. "C...	1%
Crossref	
Shera Wulan Ruswandi, R. Deni Muhammad Danial, Nor Norisanti. "Implement...	1%
Crossref	
Niken Kusumawardani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Lapo...	1%
Crossref	
D D Putri, D H Darwanto, S Hartono, L R Waluyati. "The Effect of Supply Chain ...	1%
Crossref	
Agus Dedi Subagja, Iwan Henri Kusnadi. "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap K...	1%
Crossref	
Zhendy Citra Larrynsia Wijanarko. "PENGARUH PENGAWASAN PIMPINAN TE...	1%
Crossref	
Prilialianty Fakhriyah. "PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJE...	1%
Crossref	
Novita Eka Sari. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING (CRM) ...	1%
Crossref	
Rokhmat Subagiyo. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN(SERVICE QUALITY) ...	1%
Crossref	
Nur Amalina, Adi Rizfal Efriadi. "PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO, CURRE...	1%
Crossref	
Deda Cornelis, Iwan Henri Kusnadi. "Kualitas Pelayanan Pendaftaran Tanah Si...	1%
Crossref	

Maryana Maryana, Maya Christiany. "Hubungan Aspek Kualitas Pelayanan De... Crossref	1%
Vera Devani. "Pengukuran Kinerja Perpustakaan Dengan Pendekatan Balance... Crossref	1%
Widyaninggar Resti Husodho. "PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHAD... Crossref	1%
Vista Firda Sari. "PENGEMBANGAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA ... Crossref	1%
Wahyu Eko Pujiyanto. "Pengaruh Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Rewar... Crossref	1%
Siti Karmilah, Ikhwan Hamdani, Yono Yono. "Pengaruh Promosi dan Kualitas P... Crossref	1%
Jacklien E. Sendow, Debby Ch. Rotinsulu, George M.V. Kawung. "PENGARUH ... Crossref	1%
Haryono Haryono, Wahyu Eko Pujiyanto. "Upaya Optimalisasi Kualitas Pelayan... Crossref	1%
Anggraeni Purfita Sari, Muhammad Anshar Syamsuddin. "ANALISIS FAKTOR ... Crossref	1%
Vebryanti Maria Salukh, Boanerges Putra Sipayung, Dira Asri Pramita, Umbu... Crossref	<1%
Suswita Roza. "PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSU... Crossref	<1%
Hendri Adam, Arif Bahtera Sukma, Fadzli Makmur, Nurhasanah, Salfen Hasri, ... Crossref	<1%

MIFTACHUR ROCHMAH. "PENGARUH STORE IMAGE TERHADAP STORE LOY... <1%

Crossref

Martianus Perangin Angin, Gusti Ayu Rai Saputri, Yuli Froza Lena. "ANALISIS ... <1%

Crossref

Iryanti Wahyuni, Sri Ernawati. "Analisis Pengaruh Product Assortment dan Des... <1%

Crossref

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

Crossref

Tititn Kartini, Agus Dedi Subagja, Nenden Srimulat. "PENGARUH KUALITAS PE... <1%

Crossref

Agus Sutrisno, Sriwahyuni Mega Hastuti. "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Br... <1%

Crossref

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

Crossref

Emeralda Galuh Pasa, Jeni Wulandari, Diang Adistyia. "ANALISIS E-TRUST, E-... <1%

Crossref

Ni Komang Mitayani, I Gusti Gede Purwa Sudarta. "Analisis Kualitas Pelayana... <1%

Crossref

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

Crossref

Juansya Juansya, Sri Rahayu, Tobari Tobari. "Pengaruh Kualitas Layanan, Har... <1%

Crossref

Febry Sandrian Sagala, Mugiarto Mugiarto, Wowon Priatna. "Algoritma K-Me... <1%

Crossref

Vika Tamara Setiarini, Suryadi Suryadi. "Pengaruh Pelatihan, Profesionalisme,... <1%

Crossref

R AYU IDA ARYANI. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Perilaku W... <1%

Crossref

Rakawi Saputra, Dahmiri Dahmiri. "PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY TER... <1%

Crossref

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

Crossref

Muniroh Muniroh, Sura Klaudia. "PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN EKUITA... <1%

Crossref

Steviany Yeti Juliana Masoko, Grace M Sendow, Genita Grace Lumintang. "PE... <1%

Crossref

Norma Nitha, Sapar Sapar. "PENGARUH INSENTIF, KOMPETENSI, MOTIVASI, ... <1%

Crossref

Akhmad Hitten, Arief Susanto. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan ... <1%

Crossref

MUHAMMAD, ELIANA. "Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan dan Lingkun... <1%

Crossref

Kurnia Manggali Utamaningrum, Wahyu Andhyka, Evi Dwi Wahyuni. "Analysis ... <1%

Crossref

Kurnia Manggali Utamaningrum, Wahyu Andhyka, Evi Dwi Wahyuni. "Analisa P... <1%

Crossref

Linda Masni Hayati, Mu'minatus Sholichah. "Peran Profitabilitas Dalam Memo... <1%

Crossref

Lailatul Lutfiyah, Mu'minatus Sholichah. "Pengaruh Nilai Sukuk Dan Risiko Su... <1%

Crossref

Edison Hamid. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pelaporan Keuang... <1%

Crossref

Noor Amirudin, Indri Priyanti, Nurlesia Lewang, Tazkiyatul Aini, Endranul Aliya... <1%

Crossref

Indri Darlin, Nur Fathonah. "PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN PROBLEM B... <1%

Crossref

Ghozi Daffa Satria, Fajar Junaedi. "REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUA... <1%

Crossref

Kuswanti Ariningsih, Tri Septin Muji Rahayu. "ANALISA CUSTOMER VALUE DA... <1%

Crossref

Bambang Subandi Subandi, Herma Musyanto. "PERSENAN sebagai instrumen... <1%

Crossref

Aan Maulana, Rosida P Adam, Benyamin Parubak. "PENGARUH KUALITAS PR... <1%

Crossref

TA Hariyono, Muhammad Uskiansyah, Devi Rusvitawati, Syamsuddinnor Sya... <1%

Crossref

Mega Nalayah Syahfitri, Danang Kusnanto. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terh... <1%

Crossref

Iffa Masruroh, Jun Surjanti, Ni'matush Sholikhah. "Perceived Usefulness, Self-... <1%

Crossref

Eko Nur Fu'ad, Nurul Huda. "Prestasi Kerja Berbasis Kedisiplinan, Kemampua... <1%

Crossref

Eman Diantoro, Furtasan Ali Yusuf, Basrowi Basrowi. "Pengaruh Kompetensi d... <1%

Crossref

EVA Zuraidah. "Analisis Strategi Pengembangan Koperasi Simpan Pinjam Pad... <1%

Crossref

Aris Munandar. "Manajemen Strategik dan Mutu Pendidikan Islam", NUR EL-IS... <1%

Crossref

Muhamad Romadhon, Zulela MS. "Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah t... <1%

Crossref

Bambang Somantri, Andi Riyanto, Galih Raspati, Eva Marsusanti. "Optimalisas... <1%

Crossref

Rika Candra Wandayu, Bambang Purnomosidhi, Abdul Ghofar. "Faktor Keperil... <1%

Crossref

Naning Ayu Astiwi. "PENGARUH ATMOSFER DALAM GERAJ, FASILITAS, DAN ... <1%

Crossref

Dina Prasetyaningrum. "Pengaruh Komitmen Organisasi, Karakteristik Pekerja... <1%

Crossref

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

Crossref

Ramdany Ramdany, Yusuf Setiawan. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG ME... <1%

Crossref

Mutria Ferhaeni, Ni Putu Widiastuti, Ni Gusti Ayu Kade Ari Widuantari. "CITR... <1%

Crossref