

ANALISIS PENGARUH KUALITAS
PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (Studi Kasus pada
Home Industri Kaca Grafir di
Desa Grujugan Kidul
Kecamatan Grujugan

Submission date: 25-Jan-2024 11:58PM (UTC+0300)

Submission ID: 2278464187

File name: 16_5-Article_Text-18-1-10-20131210.pdf (133.05K)

Word count: 2633

Character count: 17266

Bondowoso)

by - -

5
ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Bondowoso)

¹Damanhuri, ²Muhammad Firdaus, dan ²Yani Dahliani
¹Mahasiswa STIE Mandala Jember
²Dosen STIE Mandala Jember
Jl. Sumatra 118 – 120 Jember

Abstract

Companies need to understand the things that is closely related to customer satisfaction: quality of product, quality of service, and price. Based on this, the aim of this study were to analyze the effect of product quality, service quality, and price to customer satisfaction in the Home Industrial Glass Engraving in the Grujugan Kidul Village, Grujugan District Bondowoso Regency. This study are used primary data and multiple regression analysis. The results showed that the variable quality of the product and prices significantly affect customer satisfaction. Most of customer satisfaction in the Home Industrial Glass Engraving are influenced by the quality of the product and the price.

Key Words: quality of product, quality of service, price, and customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Industri barang dan jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan tumbuh sangat pesat, baik itu di daerah-daerah terpencil maupun daerah perkotaan. Suatu perusahaan akan berlomba-lomba memberikan kepuasan bagi para pelanggannya, karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis.

Apabila pelanggan merasa benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan betapa pentingnya memahami kepuasan pelanggan, karena ini merupakan aspek vital dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan.

Semakin bertambahnya permintaan pelanggan akan mendorong para pengusaha di bidang industri khususnya pada Home Industri Kaca Grafir untuk bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya.

Perusahaan home industri kaca grafir merupakan salah satu usaha rumahan yang berada di Bondowoso khususnya di Desa Grujugan Kidul. Usaha ini terbukti mengalami peningkatan dengan banyaknya bahan baku yang siap untuk diproses. Oleh karena itu, perusahaan home industri kaca grafir harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para pelanggan dengan memberikan yang terbaik agar para pelanggan merasa puas dan dapat mempromosikannya kepada orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka diajukan sebuah judul ⁵ **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN"** (Studi Kasus pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Kabupaten Bondowoso).

¹⁹ Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Bondowoso.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Bondowoso.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Bondowoso.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan di mana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi. Suatu pelayanan akan dinilai memuaskan jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan adalah elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien.

Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yakni:

1. Berikan produk yang berkualitas, serta bebas dari kerusakan ataupun kecacatan saat sampai di tangan pelanggan.
2. Berikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para pelanggan.
3. Fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan.
4. Memperhatikan harga produk maupun biaya pelayanan yang sesuai dengan kondisi pasar saat ini, serta sesuaikan dengan nilai produk atau jasa yang ditawarkan.
5. Berikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan.

Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2002), pengukuran kepuasan dapat dilakukan melalui empat cara, yaitu:

1. Sistem keluhan dan usulan.
2. Survei kepuasan konsumen.
3. Konsumen samaran.
4. Analisis mantan pelanggan.

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson (dalam Kasmir 2011) yaitu dengan cara:

1. Mempelajari persepsi ²²pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Menentukan **kebutuhan**, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.
3. Menutup segala kesenjangan yang ada.
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.
5. Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.
6. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
7. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.

Faktor Penentu Mempertahankan Pelanggan

Faktor penentu yang memengaruhi usaha untuk mempertahankan pelanggan adalah:

1. Harapan Pelanggan,
2. Nilai,
3. Keunikan Produk dan Kecocokan,
4. Mekanisme Loyalitas,
5. Kemudahan Pembelian.

Kualitas Produk

Pelanggan puas jika setelah membeli atau menggunakan produk tersebut merasa kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada enam elemen dari kualitas produk, yaitu:

1. Kinerja (*performance*), yaitu berhubungan dari fungsi utama dari suatu produk,
2. Keandalan (*reliability*), yaitu terlihat hampir sama dengan *performance* akan tetapi mempunyai perbedaan yang sangat jelas,
3. Daya Tahan (*durability*) atau keawetan, yaitu menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu,

4. Fitur (*feature*), yaitu dikatakan aspek ¹ sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
5. Konsisten (*consistency*), yaitu menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standart atau spesifikasi tertentu.
6. Tampilan (*design*), yaitu dimensi yang unik, dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Bentuk-bentuk Pengembangan Kualitas Produk

Bentuk pengembangan kualitas produk yang perlu dikembangkan oleh perusahaan ada tiga macam, yaitu:

1. Initial Development

Suatu usaha penggunaan barang sehingga mempunyai tingkat penggunaan yang lebih tinggi daripada tingkat sebelumnya.

2. Improvement Development

Setiap perubahan barang yang berakibat barang tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

3. New Use Application

Merupakan suatu penggunaan barang dengan cara meningkatkan guna barang tersebut.

Mengembangkan Produk Baru

Produk baru diharapkan nantinya dapat menggantikan produk lama yang sedang jaya tersebut. Penciptaan produk baru ini dapat dilakukan melalui tiga hal, yaitu:

- a. Produk yang sama sekali baru,
- b. Perubahan desain (*redesign*),
- c. Pembungkusan (*packaging*).

Dalam hal ini akan pusatkan kepada cara kedua, yaitu mengembangkan produk baru. Produk baru dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Produk asli yaitu betul-betul produk baru,

- b. Produk yang disempurnakan,
- c. Produk yang dimodifikasi,
- d. Produk dengan merk baru.

Kualitas Pelayanan

Lovelock (dalam Utami, 2006) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah respektif konsumen dalam jangka panjang. Berdasarkan konsep ini diyakini bahwa *service quality* mempunyai lima dimensi, yaitu:

1. **Kehandalan (*reliability*)**, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang sudah dijanjikan dan seberapa jauh perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.
2. **Ketanggapan (*responsiveness*)**, yaitu harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan.
3. **Jaminan (*assurance*)**, yaitu kemampuan perusahaan dan perilaku karyawan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya.
4. **Perhatian (*empathy*)**, yaitu sebuah perusahaan harus tahu kebutuhan konsumen secara spesifik, bila perlu mengetahui apa yang menjadi hobi dan karakter personal lainnya.
5. **Bukti Fisik (*tangible*)**, yaitu penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanannya.

Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas,
2. Mengelola harapan pelanggan,
3. Mengelola bukti kualitas pelayanan,
4. Mendidik konsumen tentang produk,
5. Mengembangkan budaya kualitas,
6. Mengembangkan sistem informasi kualitas produk.

Harga

Menurut Machfoed (2005) harga adalah sejumlah uang yang ditetapkan sebagai penukar suatu produk atau jasa. Definisi yang lebih luas mengatakan, harga adalah jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga

Machfoed (2005), penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor lingkungan eksternal, sebagai berikut:

1. Faktor Internal
 - a. Tujuan pemasaran,
 - b. Strategi bauran pemasaran,
 - c. Biaya.
2. Faktor Eksternal
 - a. Pasar dan permintaan,
 - b. Persepsi konsumen terhadap harga dan nilai.

Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga harus diarahkan pada suatu tujuan. Sebelum penetapan harga dilakukan, tujuan harus ditetapkan terlebih dahulu. Tujuan penetapan harga meliputi:

1. Tujuan berorientasi laba
 - a. Mencapai target laba,
 - b. Meningkatkan laba.
2. Tujuan berorientasi penerimaan
 - a. Meningkatkan volume penjualan.
 - b. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.
3. Tujuan lainnya adalah harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

METODE PENELITIAN

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling method* (penentuan sampel berdasarkan kebetulan), yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini diambil 50 orang responden sebagai sampel.

Analisis Data

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Firdaus, 2012). Model linier berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Di mana:

Y = Variabel dependen

a = konstanta

b1 = koefisien regresi kualitas produk

b2 = koefisien regresi kualitas pelayanan

b3 = koefisien regresi harga

X1 = variabel independen (kualitas produk)

X2 = variabel independen (kualitas pelayanan)

X3 = variabel independen (harga)

HASIL DAN PEMBAHASAN

¹⁸ **Gambaran Umum Responden**

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang dan diklasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. ¹¹ Berikut akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

Pertama, responden berdasar umur. Jumlah responden terbanyak (17 orang) berumur 20 s/d 30 tahun, sedangkan jumlah responden paling sedikit yaitu antara umur 51 s/d 60 tahun (3 orang). Hal ini dikarenakan bahwa seseorang pada umur 30 tahun ke bawah mempunyai cita rasa yang tinggi dalam menggunakan kaca *grafir* tersebut. *Kedua*, responden berdasar jenis kelamin diketahui jumlah terbanyak adalah laki-laki yaitu berjumlah 36 orang, sedangkan responden perempuan hanya berjumlah 14 orang. Hal ini dikarenakan laki-laki banyak yang berprofesi sebagai pekerja atau tulang punggung dalam keluarga sehingga semua keputusan pembelian dilakukan oleh kepala keluarga. *Ketiga*, responden berdasarkan tingkat pendidikan diketahui jumlah terbanyak dari berpendidikan SD yaitu berjumlah 17 orang, sedangkan yang dari berpendidikan serjana atau S1 berjumlah paling sedikit yaitu sebanyak 3 orang. Hal ini dikarenakan banyak sekali warga yang tidak meneruskan ke jenjang yang lebih tinggi, karena memilih untuk bekerja. *Keempat*, responden berdasar pekerjaan diketahui jumlah terbanyak adalah dari yang berprofesi sebagai petani yaitu berjumlah 17 orang, sedangkan yang paling sedikit adalah berprofesi sebagai guru yaitu berjumlah 1 orang. Hal ini dikarenakan pada umumnya sebagian besar warga Bondowoso berprofesi sebagai petani.

²⁵ **Analisis Hasil Penelitian**

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini meliputi tanggapan tentang ⁵ kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Pertama, tanggapan responden terhadap kualitas produk. Indikator pertama menunjukkan keawetan dan ketahananlamaan kaca grafir dengan nilai skor rata-rata 3,64. Indikator kedua menunjukkan kaca grafir ini lebih baik dari produk rumahan lain, dengan nilai skor rata-rata 3,60. Indikator ketiga menunjukkan kualitas bahan-bahan mentah yang digunakan dengan mendapatkan skor rata-rata 3,82. Dan indikator keempat menunjukkan motif kaca grafir sudah baik dengan mendapatkan skor rata-rata 3,92. Jadi, total skor rata-rata 3,745. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap kualitas produk.

Kedua, tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan. Indikator pertama menunjukkan kecepatan dalam melayani pesanan, memperoleh skor rata-rata 3,98. Indikator kedua menunjukkan tanggapan pimpinan dan tenaga kerja baik, memperoleh skor rata-rata 4,10. Dan indikator ketiga menunjukkan keuletan dan kekreatifan tenaga kerja, dengan memperoleh skor rata-rata 4,08. Jadi, total skor rata-rata 4,053. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan.

Ketiga, tanggapan responden terhadap harga. Indikator pertama menunjukkan keterjangkauan harga, memperoleh skor rata-rata 3,76. Indikator kedua menunjukkan pimpinan sering melakukan potongan harga atau *diskon*, memperoleh skor rata-rata 3,42. Indikator ketiga menunjukkan harga kaca grafir lebih murah, memperoleh skor rata-rata 3,66. Dan indikator keempat menunjukkan harga yang diterima sesuai dengan kualitas produk, memperoleh skor rata-rata 4,00. Jadi, total skor rata-rata 3,71. Hal ini berarti bahwa tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap harga.

Keempat, tanggapan responden terhadap kepuasan. Indikator pertama kecocokan akan produk, memperoleh skor rata-rata 4,08. Indikator kedua menunjukkan kenyamanan akan pelayanan, memperoleh skor rata-rata 3,84. Indikator ketiga menunjukkan harga yang ditetapkan perusahaan, memperoleh skor rata-rata 3,62. Dan indikator keempat menunjukkan keminatan untuk membeli kembali, memperoleh skor rata-rata 3,64. Jadi, total skor rata-rata 3,795. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan kepuasan yang tinggi.

Model Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dari analisis tersebut didapat persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 3,839 + 0,373 X_1 + 0,175 X_2 + 0,250 X_3$$

Konstanta sebesar 3,839. Artinya, jika kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga nilainya 0, maka kepuasan pelanggan nilainya 3,839. Koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,373. Koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,175. Koefisien variabel harga sebesar 0,250. Artinya, jika dari masing-masing variabel tersebut mengalami peningkatan satu-satuan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar masing-masing koefisien dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan *outputnya* diperoleh F_{hitung} sebesar 24,178. Sedangkan F_{tabel} diperoleh sebesar 2,807. Jika F_{hitung} lebih kecil daripada F_{tabel} , maka H_0 diterima dan jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak. Dengan demikian nilai F_{hitung} (24,178) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,807) maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.

9 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

1. Hasil pengujian terhadap variabel kualitas produk diperoleh dengan t_{hitung} sebesar 4,802 dan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,013. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t_{hitung} positif, artinya pengaruh yang terjadi adalah positif, atau dapat diartikan semakin tinggi atau baik kualitas produk, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Hasil pengujian terhadap variabel kualitas pelayanan diperoleh dengan t_{hitung} sebesar 1,742 dan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,013. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil pengujian terhadap variabel harga diperoleh dengan t_{hitung} sebesar 3,008 dan diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 2,013. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya bahwa harga secara parsial berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t_{hitung} positif, artinya pengaruh yang terjadi adalah positif, atau dapat diartikan semakin tinggi potongan harga atau semakin murah, maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh angka *R Square* sebesar 0,612. Ini berarti 61,2% variabel yang diteliti mampu menjelaskan model. Sedangkan sisanya (38,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Jumlah responden terbanyak berdasar umur adalah yang berumur antara 20 s/d 30 tahun. Jumlah responden terbanyak berdasar jenis kelamin adalah laki-laki. Jumlah responden terbanyak berdasar pendidikan adalah yang berpendidikan Sekolah Dasar. Sedangkan jumlah responden terbanyak berdasar pekerjaan jumlah adalah yang berprofesi sebagai petani.
2. Di antara semua indikator yang ada, indikator tanggapan pimpinan atau tenaga kerja memperoleh skor rata-rata yang paling tinggi. Selanjutnya diikuti keuletan dan kekreatifan tenaga kerja dalam mendesain kaca grafir dapat diandalkan.
3. Variabel independen kualitas produk dan harga berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan.
4. 61,2% variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan 38,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. 2011. *Manajemen Perbankan*. Cetakan ke-10. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Firdaus, Muhammad. 2012. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Machfoedz, Mas'ud. 2005. *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Cetakan Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Utami, Cristina Widya. 2006. *Manajemen Ritel*. Salemba Empat. Jakarta.

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Home Industri Kaca Grafir di Desa Grujugan Kidul Kecamatan Grujugan Bondowoso)

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Submitted to Rochester Adams High School
Student Paper 1%
- 2** musliadipnl.files.wordpress.com
Internet Source 1%
- 3** Yonette Maya Tupamahu, Hamka Hamka. "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ROTI (STUDI KASUS PADA GOLDEN BAKERY DI TERNATE)", Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 2017
Publication 1%
- 4** Walter Tabelessy. "Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2021
Publication 1%
- 5** academic.dinus.ac.id

Internet Source

1 %

6

Nurul Khaira, Farhan Saputra, Faroman Syarief. "PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE SUDUT HALAMAN", Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 2022

Publication

<1 %

7

Submitted to Universitas Gadjah Mada

Student Paper

<1 %

8

e-perpus.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

9

ejurnal.seminar-id.com

Internet Source

<1 %

10

journal.bungabangsacirebon.ac.id

Internet Source

<1 %

11

jurnal.dinamika.ac.id

Internet Source

<1 %

12

acervodigital.ufpr.br

Internet Source

<1 %

13

economics-spectacular.blogspot.com

Internet Source

<1 %

14

jurnal.stiekn.ac.id

Internet Source

<1 %

15	Enik Sulistyowati. "Gambaran Lingkungan Fisik dan Status Gizi Penderita Tuberculosis Paru di Poli Paru RSUD Ngudi Waluyo Wlingi Periode Desember 2014", Jurnal Ners dan Kebidanan (Journal of Ners and Midwifery), 2015 Publication	<1 %
16	Komang Sutawan, Burmansah Burmansah, Susanto Susanto, Widiyanto Widiyanto, Rapiadi Rapiadi. "The Effect of Lecturer Performance and Organizational Culture on Students' Learning Motivation in Higher Education Institutions", Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 2023 Publication	<1 %
17	db.koreascholar.com Internet Source	<1 %
18	dumadia.wordpress.com Internet Source	<1 %
19	jurnal.fkip.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
20	digilib.iainlangsa.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %

22 fullwar.files.wordpress.com <1 %
Internet Source

23 www.agricoltura.regione.campania.it <1 %
Internet Source

24 www.journalmabis.org <1 %
Internet Source

25 jurnal.unived.ac.id <1 %
Internet Source

26 repository.polibatam.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On