

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KURSUS DI SEGNO MUSIC COURSE KEDIRI

by Pingit Sukmantianing Diah

Submission date: 19-Jul-2023 12:18AM (UTC+0800)

Submission ID: 2133150204

File name: Pingit_Sukmantianing_Diah.docx (167.14K)

Word count: 2732

Character count: 17260

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KURSUS DI SEGNO MUSIC COURSE KEDIRI

Nama Pingit Sukmantianing Diah¹, Drs. Ema Nurzainul H., M.M², Sigit Wisnu Setya B., M.M³
Universitas Nusantara PGRI Kediri
sukmapingit98@gmail.com

Tanggal Masuk : Informasi Artikel
Tanggal Revisi : Tanggal Diterima :

Abstract

In this era of very rapid development of music, many young people have entered and started to be involved in the world of music, not only adults who can be involved in the world of children's music can also hone their musical desires for early childhood is also very important and provide positive effects on the development and growth of children in the golden age. Music can develop a person's social and character, including high self-confidence, self-expression, high discipline, individual creativity, good academic and social abilities. Music education is believed to be one of the media that can be used to educate and shape children's character. In this study the dependent variable is customer satisfaction, while the independent variable is promotion. The number of samples is 40 respondents with purposive sampling technique. Based on the results of the t test, it shows that the promotion variable partially has a significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the f test, it shows that the promotion variable simultaneously has a significant effect on customer satisfaction at Segno Music Course Kediri.

Keywords: Promotion, Customer Satisfaction

Abstrak

Di era perkembangan musik yang sudah sangat pesat ini banyak para pemuda pemudi yang masuk dan mulai berkecimpung di dunia musik, tidak hanya orang dewasa saja yang bisa berkecimpung di dunia musik anak-anak pun juga bisa mengasah keinginan bermusiknya untuk anak usia dini juga sangat penting dan memberikan efek-efek positif terhadap perkembangan dan pertumbuhan anak dalam masa golden age. Musik dapat mengembangkan sosial dan karakter seseorang, diantaranya yaitu kepercayaan diri yang tinggi, pengekspresian diri, disiplin yang tinggi, kreativitas individu, kemampuan akademik dan bersosial yang baik. Pendidikan musik dipercaya sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk mendidik dan membentuk karakter anak. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independen adalah promosi. Jumlah sampel sebanyak 40 responden dengan teknik sampling purposive. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji f menunjukkan bahwa variabel promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Segno Music Course Kediri.

Kata Kunci: Promosi, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Di era modern ini perkembangan musik sudah sangat pesat munculnya para pemuda pemudi yang masuk dan mulai berkecimpung di dunia musik, tidak hanya orang dewasa saja yang bisa berkecimpung di dunia musik anak-anak pun juga bisa mengasah keinginan bermusiknya untuk anak usia dini juga sangat penting dan memberikan efek-efek positif terhadap perkembangan dan pertumbuhan anak dalam masa golden age. Musik dapat mengembangkan sosial dan karakter seseorang, diantaranya yaitu kepercayaan diri yang tinggi, pengekspresian diri, disiplin yang tinggi, kreativitas individu, kemampuan akademik dan bersosial yang baik. Pendidikan musik dipercaya sebagai salah satu media yang dapat digunakan untuk mendidik dan membentuk karakter anak. Melalui musik, anak-anak dapat belajar banyak hal yang bisa membentuk karakter diri dan memperkaya ekspresi diri mereka dapat memperoleh dari guru, orang tua, teman, dan lingkungan. Musik mempunyai

berbagai genre mulai dari yang bergenre *romantic* sampai religius, lagu-lagu dibawakan mereka sebagai penghantar dan teman di masyarakat luas. Musik memiliki berbagai fungsi dalam kehidupan manusia, seperti pengungkapan emosi, hiburan, komunikasi, dan sebagainya, sehingga sangat berperan dalam kehidupan manusia. Musik sebagai salah satu cabang seni yang merupakan bagian dari kehidupan manusia, khususnya dalam memenuhi kebutuhan ekspresif manusia. Musik merupakan karya seni yang berasal dari suara vokal dan instrumental yang indah dan harmonis.

Menurut Tjiptono (2015:387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali kepada konsumen akan merek dan produk perusahaan. Promosi memegang peranan penting dalam menghubungkan jarak antar produsen dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016:580) adapun indikator promosi dilakukan berdasarkan sebagai berikut:

- a. Media Promosi
Media Promosi adalah media yang digunakan oleh perusahaan guna melaksanakan promosi.
- b. Waktu Promosi
Waktu Promosi adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan
- c. Pesan Promosi
Pesan Promosi adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar.
- d. Jangkauan Promosi⁶⁵
Jangkauan Promosi adalah ukuran presentase orang dalam pasar sasaran yang terpapar kampanye iklan selama waktu tertentu.

Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan penjualan, dalam promosi tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki. Menurut Tjiptono (2015:387), pada umumnya kegiatan promosi harus berdasarkan pada tujuan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*Informing*)
Kegiatan promosi yang bertujuan untuk berusaha menginformasikan kepada konsumen akan merek atau produk perusahaan baik itu produk baru ataupun merek baru maupun produk dan merek yang sudah lama, tetapi belum luas terdengar oleh konsumen.
2. Membujuk (*Persuading*)
Kegiatan promosi yang berdifat membujuk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan.
3. Mengingatnkan (*Reminding*)
Kegiatan promosi yan bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, dan mempertahankan pembeli yang akan melakukan transaksi pembelian secara terus-menerus.

Penelitian ini tentang pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Segno Music Course Kediri. Penelitian ini hanya untuk pelanggan murid Segno Music Course Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kepuasan pelanggan sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari variabel. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini dicantumkan dengan maksud agar kita maupun pihak lain yang membaca laporan penelitian ini dapat mengetahui dengan pasti maksud tujuan penelitian itu sesungguhnya.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan yang berguna, artinya jika promosi mempunyai daya tarik tersendiri maka terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan.

Manfaat dari penelitian ini sebagai perbandingan sehingga dapat menambah wawasan yang sangat penting bagi peneliti dimana yang akan datang dan meningkatkan pengetahuan tentang Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan kursus di Segno Music Course Kediri.

METODE

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung. Populasi dalam penelitian ini adalah murid Segno Music Course yang berjumlah 40 murid. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling sampel penelitian ini berjumlah 40 murid Segno Music Course. Dalam mengumpulkan data agar lebih mudah diolah dan hasilnya lebih baik. Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang terstruktur menggunakan skala likert. Pengukuran validitas dan reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi R^2 , dan pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejarah Objek Penelitian

Segno Music Course merupakan Lembaga kursus musik yang berada di Jalan Urip Sumoharjo No.21, Kaliombo Kota Kediri. Berdiri sejak tahun 2006 dan merupakan salah satu Lembaga kursus musik yang telah memiliki pengelolaan program cukup bagus Segno Music Course Kediri adalah sebuah lembaga kursus Non Formal yang berbentuk sekolah musik dan dibangun dengan maksud untuk memberikan tambahan dan pelengkap terhadap pendidikan musik di sekolah formal. Dapat dilihat dari kelengkapan sarana prasarana yang memadai, pendidik profesional, jumlah murid, alat dan media pembelajaran yang memadai, strategi pembelajaran yang sesuai, serta guru (intrukstur) yang berbobot dan professional. Lembaga ini berkembang sangat pesat dalam enam belas tahun ini.

Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah murid yang kursus Segno Music Course. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 40 responden murid Segno Music Course, dengan teknik *Sampling Purposive*. Setiap responden diberi lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan. Kuesioner yang diberikan sebanyak 40 responden. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin dan usia.

a. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Responden yang memilih Segno Music Course adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Jumlah responden berjenis kelamin perempuan menunjukkan jumlah lebih besar dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | |
|--------|---------------|------------------|------------|
| | | Dalam Angka | Presentase |
| 1. | Perempuan | 21 | 52.5% |
| 2. | Laki-laki | 19 | 47.5% |
| Jumlah | | 40 | 100% |

Berdasarkan 1.1 tabel diatas dapat diketahui bahwa responden murid yang memilih Segno Music Course dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 21 orang atau 52.5%, sedangkan untuk responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 19 orang atau 47.5% dari keseluruhan responden yang berjumlah 40 orang.

b. Karakteristik Responden berdasarkan usia

Responden murid yang memilih Segno Music Course adalah responden dengan rentang usia 7-12 tahun, 13-15 tahun, 15-17 tahun, dan 18-35 tahun Jumlah responden dengan rentang usia 10-13 tahun menunjukkan jumlah usia yang lebih besar dibandingkan dengan usia lainnya. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 2
Karakteristik Berdasarkan Usia Responden

| No. | Usia (Tahun) | Jumlah Responden | |
|-------|--------------|------------------|------------|
| | | Dalam Angka | Presentase |
| 1. | 7-12 Tahun | 3 | 7.5% |
| 2. | 13-15 Tahun | 14 | 35.0% |
| 3. | 15-17 Tahun | 12 | 30.0% |
| 4. | 18-35 Tahun | 11 | 27.5% |
| Total | | 40 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang memilih Segno Music Course dengan rentang usia 7-12 tahun adalah 3 orang atau 7.5% , 13-15 tahun adalah 14 orang atau 35.0%, 15-17 tahun 12 orang atau 30.0%, dan usia 18-35 tahun adalah 11 orang atau 27.5%, dari keseluruhan responden yang berjumlah 40 orang.

42

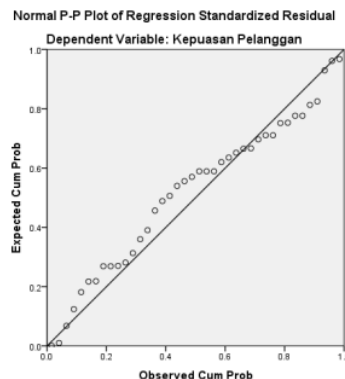
Analisis data

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji variabel dependen dan variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Produk regresi yang baik adalah data dengan distribusi yang normal. Dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS, diperoleh data seperti berikut:

29



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas

Sumber: data primer diolah penulis, 2023

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat diketahui bahwa data yang dianalisis telah berdistribusi secara normal yang ditunjukkan oleh titik-titik atau data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi ini terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan menggunakan nilai VIF dan nilai tolerance apabila nilai VIF > 10, maka terdapat multikolinieritas. Apabila nilai tolerance < 0,10 berarti terdapat multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber: data primer diolah penulis, 2023

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Promosi | .256 | 3.905 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat diketahui nilai variabel mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, dengan demikian dalam model regresi ini tidak terjadi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Berdasarkan uji asumsi klasik dengan menggunakan program spss, diperoleh gambar sebagai berikut

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data primer diolah penulis, 2023

11 Pada gambar 4, grafik scatterplots terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik di atas maupun bawah 0 pada sumbu Y. Sehingga diketahui model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variable atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independent, maka digunakan model regresi linier berganda dengan yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Promosi

x1 = Lokasi

e = Kesalahan Prediksi (Standart Error)

44 Hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

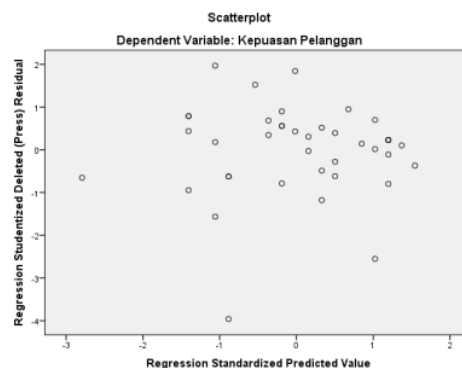
18 **Tabel 4**
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 14.469 | 2.926 | |
| Promosi | .333 | .146 | .525 |

Sumber: data primer diolah penulis, 2023

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

36 maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :



$$Y = 14.469 + 0,146X_1 + e$$

Persamaan regresi diatas mempunyai angka makna sebagai berikut :

- Konstanta = 14.469
artinya nilai tersebut mengidentifikasi bahwa jika variabel promosi (x_1) bernilai 0, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) adalah 14.469
- Koefisien $X_1 = 0,262$
artinya bahwa setiap peningkatan promosi secara positif naik 1 (satu) satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,146

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (adjusted R) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisa determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square seperti yang terlihat pada tabel gambar 5:

Tabel 5
Hasil Uji Determinasi
Sumber: data primer diolah penulis, 2023

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .589 ^a | .347 | .330 | 2.9943 |

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan gambar 5 dapat diketahui nilai adjusted R^2 sebesar 0.330. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent promosi mampu menjelaskan variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 33% dan sisanya 67% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini

Pengujian Hipotesis

- Uji t

Pengujian ini dilakukan guna membuktikan variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependennya. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji t
Sumber: data primer diolah penulis, 2023

| Model | T | Sig. |
|--------------|-------|------|
| 1 (Constant) | 4.945 | .000 |
| Promosi | 2.279 | .029 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian uji-t diatas menunjukkan hasil perhitungan tabel diatas diperoleh nilai signifikan variabel promosi sebesar 0,029 nilai tersebut lebih kecil dari 0,5, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya berdasarkan pengujian variabel promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan

Secara umum penelitian ini memberikan hasil yang memuaskan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, serta kepuasan pelanggan sudah sangat baik. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan dari responden terhadap kondisi dari masing – masing variabel.

Hasil penelitian mendukung hipotesis yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai variable sebesar 0,029 nilai tersebut lebih kecil dari 0,5 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bahwa hal ini berarti dengan memberikan promosi yang maksimal akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah satu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Segno Music Course Kediri, dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini. Hasil Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada murid Segno Music Course Kediri, artinya jika promosi mempunyai daya tarik tersendiri maka terjadi peningkatan pada kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Rianto, A., & Triatma Mulya, U. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KAYUMANIS SANUR PRIVATE VILLA AND SPA Saortua Marbun 2 I Putu Agus Suarsana Ariesta 3. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).
- [2] Grimonia Eya. (2014). *Dunia Musik* (Farida Anna & Umbara Yopi Setia, Eds.; Cetakan I.). Nuansa Cendekia.
- [3] Basit, A., & Handayani, R. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ALLIUM TANGERANG HOTEL (Studi Eksplanatif pada Allium Hotel Tangerang)* (Vol. 6).
- [4] Rupyono, L. A. (n.d.). *KURSUS MUSIK BAGI ANAK: ANTARA IDEALISME DAN KOMERSIALISME*.
- [5] *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN-kepuasan pelanggan*. (n.d.).
- [6] *PENGELOLAAN PEMBELAJARAN MUSIK DI LKP SEGNO MUSIC COURSE KEDIRI*. (n.d.).
- [7] *PENYELENGGARAAN PROGRAM KURSUS MUSIK (STUDI PADA LKP LILY'S MUSIC SCHOOL SEMARANG) SKRIPSI*. (n.d.).
- [8] *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ELFA'S MUSIC SCHOOL SURAKARTA TAHUN 2017 (Studi Deskriptif Kualitatif Elfa's Music School Surakarta Tahun 2017)*. (n.d.).
- [9] Juni, R., Viliandari, V., & Ratnasari, A. (n.d.). *Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Kepuasan Pelanggan pada Produk Sepatu The Little Things She Needs Relationship between Sales Promotion and Customer Satisfaction at a Shoes Product "The Little Things She Needs."*
- [10] Ekowisata, D., Siregar, N., Elfikri, M., Paramitha daulay, R., Kunci, K., & Kepuasan Konsumen, dan. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Kawasan. In *Ekowisata Tangkahan Kabupaten Langkat* .*SOSEK* (Vol. 3, Issue 1).

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KURSUS DI SEGNO MUSIC COURSE KEDIRI

ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | e-journals.unmul.ac.id Internet Source | 1% |
| 2 | eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source | 1% |
| 3 | jurnal.stieww.ac.id Internet Source | 1% |
| 4 | spmipoltekba.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | jurnal.polsri.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | jurnal.univpgri-palembang.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | Agnes Rumata Simangunsong. "Analisis Pengaruh Sikap Rasional Dan Irasional Terhadap Keputusan Investasi Investor" | 1% |

Individu di BEI Kota Palangka Raya.", Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2021

Publication

| | | |
|----|---|-----|
| 9 | digilib.yarsi.ac.id Internet Source | 1 % |
| 10 | ejournal.alqolam.ac.id Internet Source | 1 % |
| 11 | manajemen.fe.um.ac.id Internet Source | 1 % |
| 12 | www.jurnal.umsb.ac.id Internet Source | 1 % |
| 13 | Submitted to International Islamic University Malaysia Student Paper | 1 % |
| 14 | journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source | 1 % |
| 15 | digilib.ukh.ac.id Internet Source | 1 % |
| 16 | ejournal.uki.ac.id Internet Source | 1 % |
| 17 | eprints.ulm.ac.id Internet Source | 1 % |
| 18 | erepo.unud.ac.id Internet Source | 1 % |

journal.sties-purwakarta.ac.id

| | | |
|----|--|------|
| 19 | Internet Source | 1 % |
| 20 | jurnal.uisu.ac.id Internet Source | 1 % |
| 21 | repository.metrouniv.ac.id Internet Source | 1 % |
| 22 | www.delinewstv.com Internet Source | 1 % |
| 23 | www.ieomsociety.org Internet Source | 1 % |
| 24 | Elida Mahriani. "PENGARUH STRES DAN DISIPLIN KERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN DAN KINERJA KARYAWAN PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) MITRATHAMA ARTHABUANA DI KABUPATEN BANJAR", At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi, 2018 Publication | <1 % |
| 25 | Noviani Noviani, Putri Nurmala, Akhmad Sigit Adiwibowo. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MORALITAS INDIVIDU, DAN AUDIT INTERNAL TERHADAP RISIKO FRAUD", Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi, 2022 Publication | <1 % |
| 26 | ejournal.unipas.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|--|------|
| 27 | journal.stimykpn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 28 | journals.usm.ac.id Internet Source | <1 % |
| 29 | www.journal.stie-66.ac.id Internet Source | <1 % |
| 30 | Ermy Wijaya, Pipin Permata Sari. "PENGARUH PENILAIAN KINERJA DAN MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI PADA BADAN KEPEGAWAIAN DAERAH DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KABUPATEN KEPAHANG", Creative Research Management Journal, 2020 Publication | <1 % |
| 31 | Nasfi Nasfi, Asnah Asnah, Eka Febrianti, Sabri Sabri. "Pengaruh Dana Alokasi Umum (DAU) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Belanja Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2006 - 2020", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2021 Publication | <1 % |
| 32 | Nepi Dwi Puspitasari. "Pengaruh kebijakan moneter bank sentral terhadap kinerja keuangan bank umum", Jurnal Cendekia Keuangan, 2023 Publication | <1 % |

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

| | | |
|----|---|------|
| 33 | Student Paper | <1 % |
| 34 | doku.pub Internet Source | <1 % |
| 35 | kc.umn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 36 | repository.umpalopo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 37 | dadanawaludinsyah20.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 38 | dewey.petra.ac.id Internet Source | <1 % |
| 39 | ejournal.akmrtv.ac.id Internet Source | <1 % |
| 40 | jurnal-online.um.ac.id Internet Source | <1 % |
| 41 | repository.stkipjb.ac.id Internet Source | <1 % |
| 42 | Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah (Studi Perguruan Tinggi di Wilayah Kalimantan Timur)", <i>Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan</i> , 2019 Publication | <1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 43 | Anugrahwati Ariatma. "ANALISIS PREDIKSI KEBANGKRUTAN MENGGUNAKAN MODEL ALTMAN Z-SCORE PADA PT EXPRESS TRANSINDO UTAMA (TAXI), TBK", RISTANSI: Riset Akuntansi, 2021 Publication | <1 % |
| 44 | Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper | <1 % |
| 45 | Fitri Rahmawati, Nirmala Baini. "Dampak Variabel Makro Ekonomi Domestik dan Global Terhadap Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode Mei 2011--Mei 2019", Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020 Publication | <1 % |
| 46 | Yusuf Agung Trilaksono. "PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PABRIK GULA REJO AGUNG MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2016 Publication | <1 % |
| 47 | englishuwks.wordpress.com Internet Source | <1 % |
| 48 | etd.unsyiah.ac.id Internet Source | <1 % |
| 49 | eudl.eu Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 50 | fdocuments.net Internet Source | <1 % |
| 51 | jurnal.bundamedia grup.co.id Internet Source | <1 % |
| 52 | jurnal.unigo.ac.id Internet Source | <1 % |
| 53 | Maynard Ludwig Senduk, Rosalina A.M. Koleangan, George M.V. Kawung. "PENGARUH KOMPETENSI, INDEPENDENSI DAN MOTIVASI TERHADAP KUALITAS PENGAWASAN KEUANGAN DI DINAS PARIWISATA PROVINSI SULAWESI UTARA", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH, 2019 Publication | <1 % |
| 54 | Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper | <1 % |
| 55 | www.journal.poltekanika.ac.id Internet Source | <1 % |
| 56 | Melia Andayani. "Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Fasilitas Fisik dan Kepercayaan Pelanggan", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020 Publication | <1 % |
| 57 | Vicky Desna Adi Lelono, Resista Vikaliana. "Pengaruh Antrian Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Biznet Home | <1 % |

Di Branch Kelapa Gading", Jurnal Sains Sosio Humaniora, 2020

Publication

| | | |
|----|---|------|
| 58 | e-journal.unipma.ac.id Internet Source | <1 % |
| 59 | ejurnal.seminar-id.com Internet Source | <1 % |
| 60 | jurnal.umk.ac.id Internet Source | <1 % |
| 61 | repo.undiksha.ac.id Internet Source | <1 % |
| 62 | repository.unj.ac.id Internet Source | <1 % |
| 63 | screbzee.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 64 | www.hartzine.com Internet Source | <1 % |
| 65 | www.pekerjadata.com Internet Source | <1 % |
| 66 | Dewa Gede Wahyu Santosa, Ida Ayu Mashyuni. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar", Widya Amrita, 2021 Publication | <1 % |

Syaif Uddin, Abdul Muhid. "Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review", Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 2021

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KURSUS DI SEGNO MUSIC COURSE KEDIRI

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
