

2120-Article Text-7731-1-15- 20220723

by Admin4 ;

Submission date: 06-Aug-2022 01:45AM (UTC-0400)

Submission ID: 1879381796

File name: 2120-Article_Text-7731-1-15-20220723.docx (66.28K)

Word count: 2773

Character count: 18423

13
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN TEMPAT TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL LOTUS GARDEN DAN RESTAURAN
KEDIRI**

15 Nantaskia Herni Deswanda¹, Ichsanudin², Suardi³
Prodi Manajemen FEB Universitas Nusantra PGRI Kediri, Jl. KH. Achmad Dahlan No.76 Kediri
Nantaskia.deswanda@gmail.com

31
Informasi artikel :
Tanggal Masuk : Tanggal Revisi : Tanggal diterima:

12
Abstract

At the Lotus Garden Hotel and Kediri Restaurant, the purpose of this study is to investigate and investigate the impact of the quality of service and the comfort of the site on customer satisfaction. In this study, quantitative research is used in the form of the distribution of questionnaires to customers of the Kediri Restaurant and the Lotus Garden hotel. The goal of the study is to investigate the factors of customer satisfaction that are related to service quality and the comfort of the environment. Empirical study with the findings presented in the form of numbers is known as quantitative research. This study's data analysis made use of descriptive statistical analysis, data quality testing, and effect testing, all performed with the software program SPSS. According to the findings, the level of customer satisfaction at both the Lotus Garden Hotel and the Kediri Restaurant is significantly impacted by a number of factors, including the friendliness of the staff and the ambience of the location.

Keywords: quality of service, comfort of the place, customer satisfaction

3
Abstrak

Di Lotus Garden Hotel dan Restoran Kediri, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menyelidiki pengaruh kualitas layanan dan kenyamanan situs terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini digunakan penelitian kuantitatif berupa penyebaran kuisioner kepada pelanggan Restoran Kediri dan hotel Lotus Garden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kenyamanan lingkungan. Studi empiris dengan temuan-temuan yang disajikan dalam bentuk angka-angka dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, pengujian kualitas data, dan pengujian efek, semua dilakukan dengan program perangkat lunak SPSS. Berdasarkan temuan, tingkat kepuasan pelanggan di Lotus Garden Hotel dan Restoran Kediri dipengaruhi secara signifikan oleh sejumlah faktor, termasuk keramahan staf dan suasana lokasi.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan, sebagaimana didefinisikan oleh Sugiyono (2002), dicapai ketika produk dan layanan disajikan sesuai dengan persyaratan yang berlaku di lokasi di mana produk diadakan, dan ketika pengiriman setidaknya sama dengan apa yang diharapkan konsumen. Menurut Tjiptono (2005), kualitas layanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan, dan kontrol atas tingkat keunggulan itu berusaha untuk memenuhi persyaratan klien. Menurut Usmara (2008), kualitas pelayanan adalah sikap yang muncul sebagai hasil dari membandingkan harapan kualitas pelayanan konsumen dengan kinerja organisasi yang dilihat oleh konsumen tersebut. Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, seseorang dapat mencapai kesimpulan bahwa tingkat layanan yang diberikan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh klien agar bisnis dapat memenuhi kebutuhan klien dan memuaskan keinginan mereka. Karena itu, perusahaan kini siap untuk menawarkan tingkat layanan setinggi mungkin kepada konsumennya untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi di antara para pelanggan tersebut.

Menurut Mahmoedin (2010), pelayanan pelanggan adalah "serangkaian kegiatan yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dengan karyawan atau perusahaan yang memberikan pelayanan kepada konsumen dengan tujuan untuk memecahkan masalah konsumen". Kegiatan tersebut berlangsung sebagai akibat langsung dari interaksi antara konsumen dengan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1, pelayanan publik itu sendiri merupakan rangkaian yang bertujuan untuk memenuhi tuntutan pelayanan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara, dan pelayanan tersebut dapat berupa barang, jasa, atau administrasi. pelayanan yang diberikan

oleh penyelenggara pelayanan publik. Menurut definisi yang disajikan di atas, layanan dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang diberikan oleh bisnis kepada pelanggan dalam pertukaran untuk produk atau layanan, dengan tujuan membantu dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan atau masyarakat.

Karakteristik pelayanan

Layanan dibedakan dari elemen lain dalam beberapa cara, termasuk fitur yang dimilikinya. Dalam konteks ini, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2006) membahas adanya empat karakteristik layanan, yaitu sebagai berikut:

- Partisipasi pelanggan dalam proses pelayanan; Sangat penting bahwa pertimbangan yang cermat diberikan pada tata letak fasilitas untuk mengakomodasi kehadiran pelanggan sebagai peserta aktif dalam proses layanan. Di perusahaan manufaktur konvensional, kondisi kerja tidak seperti yang dijelaskan di sini. Perusahaan manufaktur tidak perlu memiliki klien yang hadir secara fisik di dekat lokasi layanan mereka.
- Kejadian pada waktu yang bersamaan (simultaneity); karena layanan dibangun untuk dikonsumsi secara bersamaan, tidak perlu menyimpan layanan. Karena fakta bahwa layanan ini tidak dapat disimpan, metode produk konvensional tidak dapat digunakan dalam proses penyimpanan dalam persiapan untuk berbagai tingkat permintaan.
- Pelayanan langsung digunakan dan habis (service perishability); Penyediaan layanan adalah barang langka yang dikonsumsi dengan cepat. Hal ini dibuktikan dengan kursi maskapai yang sudah digunakan untuk kapasitas, serta kamar rumah sakit atau hotel yang ramai. Dalam setiap contoh, ini menghasilkan peluang yang hilang.
- Tidak berwujud (intangibility); Pikiran menghasilkan layanan dalam bentuk ide dan konsep untuk digunakan orang lain. Akibatnya, paten tidak dapat diberikan untuk suatu inovasi dalam suatu jasa. Agar manfaat dari model layanan baru terus bertambah, perusahaan perlu cepat berkembang dan melampaui pesaingnya.
- Beragam (heterogeneity); Kualitas layanan yang tidak berwujud, dalam hubungannya dengan partisipasi aktif pelanggan dalam proses penyediaan layanan, menghasilkan layanan yang secara unik disesuaikan dengan kebutuhan setiap klien individu. Hubungan yang berkembang antara pelanggan dan orang-orang yang menawarkan layanan membuka pintu bagi potensi pengalaman kerja manusia yang lebih holistik.

Karena lebih merupakan penilaian individu yang merespons, konsep kenyamanan sangat sulit untuk dijelaskan. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan nyaman sebagai keadaan kesegaran dan kesehatan, serta keadaan nyaman, kesegaran, dan kesejukan. Selain itu, beberapa bahasa asing mendefinisikan kenyamanan sebagai situasi santai di mana tidak ada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh bagian tubuh mana pun. Rustam Hakim yang berspesialisasi dalam mendesain ruang publik dan lanskap (Hakim, Components of Landscape Architectural Design, 2012), menegaskan bahwa tingkat kenyamanan yang diberikan oleh sebuah desain bergantung pada sejumlah elemen yang berbeda. Komponen-komponen ini mencakup hal-hal seperti sirkulasi, kekuatan alam atau iklim, kebisingan, aroma, bentuk, keamanan, kebersihan, keindahan, dan cahaya. Komponen lainnya meliputi bentuk dan keindahan.

Ini adalah contoh dari semacam kenyamanan fisik, dan akan bermanfaat bagi manusia itu sendiri jika dapat mengarah pada peningkatan produktivitas. Peningkatan produktivitas menunjukkan bahwa orang puas dengan lingkungan tempat mereka tinggal. Ada banyak definisi kenyamanan yang berbeda, dan mungkin sulit untuk menjelaskan bagaimana perbedaan ini berhubungan dengan evaluasi setiap individu (Osborne, 1995). Definisi nyaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menggambarkannya sebagai "segar" dan "sehat", sedangkan definisi "nyaman" mengacu pada "kondisi nyaman; kesegaran; kesejukan."

Konsumen adalah fokus utama perdebatan mengenai kepuasan dan kualitas layanan yang diberikan karena konsumen memainkan peran kunci dalam menentukan seberapa puas pelanggan dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dalam skenario khusus ini. Dengan kata lain, seseorang dianggap sebagai konsumen jika mereka pergi ke lokasi yang sama secara konsisten dan sering untuk memenuhi permintaan mereka dengan memperoleh produk atau layanan dan membayar produk atau layanan tersebut. Selain menginginkan layanan tertentu, pelanggan menginginkan layanan tersebut diberikan dalam jumlah yang cukup dan kualitas yang sesuai. Penting bagi bisnis untuk mengevaluasi layanan yang ditawarkan oleh perusahaan saingan sehubungan dengan persyaratan yang dikenakan oleh pelanggan. Survei konsumen reguler, kota saran, dan sistem pengaduan keluhan adalah beberapa cara di mana bisnis dapat mempelajari bidang-bidang di mana mereka dapat meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan. Tujuannya bukan untuk menerima keluhan sesedikit mungkin, tetapi lebih untuk mendorong sebanyak mungkin pelanggan untuk menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan sehingga produsen dapat belajar bagaimana meningkatkan penawarannya.

"Sentimen senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan pandangan atau kesan seseorang terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya" merupakan contoh dari "kepuasan" (Kotler, 2008). Dalam situasi

ini, fungsi yang dimainkan masing-masing individu dalam memberikan pelayanan, seperti memperkenalkan diri kepada tamu untuk pertama kali atau mengamati pengunjung menikmati makanannya, sangat signifikan dan berdampak pada tingkat kebahagiaan yang dikembangkan. Sangat penting untuk memiliki pemahaman tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada suatu produk untuk memiliki pemahaman yang lebih baik tentang tingkat kepuasan klien.

kepuasan. Pelanggan tidak hanya tidak senang dengan tingkat layanan yang diberikan atau rasa makanan, tetapi mereka juga jarang menyuarakan kekhawatiran tentang masalah ini. Salah satu alasannya adalah pelanggan dilibatkan dalam proses pengembangan layanan baru. Mengenai aspek kepuasan pelanggan yang dikenal sebagai harapan, kinerja, dan hasil yang dirasakan, harapan konsumen secara umum adalah pemikiran atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan mereka terima sebagai akibat dari pembelian atau konsumsi suatu produk. Kinerja mengacu pada seberapa baik suatu produk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pelanggan (barang atau jasa). Kinerja aktual mengacu pada seberapa baik suatu produk atau layanan benar-benar bekerja, berlawanan dengan persepsi konsumen tentang seberapa baik itu akan bekerja setelah digunakan, yang dikenal sebagai kinerja yang dirasakan. Kinerja yang dirasakan berbeda dari kinerja aktual, yang mengacu pada seberapa baik produk atau layanan benar-benar bekerja.

Menurut Kotler (2000:41) terdapat empat pendekatan berbeda yang dapat diambil untuk menentukan seberapa puas klien, dan ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Bisnis berorientasi layanan pelanggan adalah bisnis yang memberi konsumen banyak kesempatan untuk menyuarakan pemikiran dan ide mereka, termasuk kemampuan untuk mengajukan keluhan.

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali, perusahaan diharuskan untuk melakukan polling kepada kliennya mengenai tingkat kepuasan yang mereka miliki dengan standar barang atau jasa yang disediakan perusahaan. Survei ini dapat dilakukan dengan meminta staf perusahaan membagikan kuesioner kepada konsumen perusahaan. Dengan melakukan survei, perusahaan akan memiliki kesempatan untuk mempelajari baik kekuatan maupun kelemahan dari produk atau jasa yang ditawarkannya. Dengan informasi ini, perusahaan akan dapat meningkatkan aspek-aspek yang dianggap kurang oleh kliennya. Menurut Tjiptono (2006:18), menentukan seberapa puas pelanggan dengan survei ini dapat dilakukan dengan beberapa metode yang berbeda, antara lain sebagai berikut:

a. Directly reported satisfaction

Evaluasi tidak langsung dilakukan dengan mengajukan pertanyaan terstruktur dengan skala sebagai berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.

b. Derived dissatisfaction

Pertanyaan-pertanyaan yang sedang dibahas terutama berfokus pada dua aspek: sejauh mana pelanggan memiliki harapan tertentu dari ciri-ciri tertentu, dan besarnya merek yang dilihat.

c. Problem analysis

Pelanggan yang bersedia berpartisipasi dalam survei diminta untuk mengungkapkan dua hal utama. Untuk memulai, masalah yang dihadapi yang disebabkan oleh produk dan layanan yang disediakan organisasi. Kedua, beberapa rekomendasi untuk area perbaikan.

d. Importance-performance analysis

Dalam pendekatan ini, responden diminta untuk memberikan nilai pada berbagai aspek (atribut) penawaran sesuai dengan bobot yang mereka anggap berasal dari masing-masing aspek tersebut. Selain itu, orang-orang yang berpartisipasi dalam jajak pendapat ditanyai tentang seberapa tinggi mereka menilai kinerja perusahaan dalam kaitannya dengan setiap komponen (atribut).

3. Ghost Shopping

Untuk menjalankan strategi ini, perusahaan mengirimkan sejumlah karyawannya, yang dikenal sebagai "Pembeli Hantu", untuk berpura-pura sebagai pelanggan di bisnis saingan. Tujuan dari strategi ini adalah agar Ghost Shoppers dapat mengevaluasi tingkat layanan yang diberikan oleh bisnis pesaing sehingga informasi yang diperoleh dapat diterapkan untuk meningkatkan tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Dengan kata lain, dengan menggunakan strategi ini, sebuah perusahaan mampu meningkatkan kualitas layanannya sendiri dengan menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh para pesaingnya.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Strategi ini dilakukan oleh perusahaan dengan cara menghubungi pelanggannya yang sudah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian kembali pada perusahaan akibat berpindah ke perusahaan yang bersaing langsung dengan perusahaan yang bersangkutan. Pilihan tambahan adalah bagi bisnis untuk mengejar akuisisi klien baru sebagai sarana untuk mencapai tujuan ini. Selain itu, korporasi memiliki kemampuan untuk mempertanyakan penyebabnya.

Penelitian ini dilakukan atas dasar temuan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang telah datang sebelumnya; temuan dari sejumlah besar penelitian yang telah dilakukan di masa lalu akan memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kesenangan yang dialami konsumen. Berikut ini adalah ringkasan dari studi sebelumnya, berdasarkan pilihan temuan: (Mutmainnah, 2017) "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Dan

Loyalitas Nasabah", (Noerchoidah, 2017) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) Di Surabaya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) Di Surabaya", (Gofur, 2019) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Kualitas Pelayanan Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan", (Rialdy, 2017) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Angkutan Kualitas Pelayanan Dan Strategi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Jasa"

METODE

Variabel adalah ciri, sifat, atau nilai seseorang, barang, atau kegiatan yang mengalami perubahan tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari. Aspek, sifat, atau nilai ini bisa stabil atau tidak seiring berjalannya waktu (Sugiyono, 2007: 2). Proyek penelitian ini memiliki dua variabel: dependen dan independen.

Variabel terikat akan menjadi fokus utama peneliti. Menganalisis variabel dependen model mengklarifikasi masalah. Seorang peneliti ingin mengetahui seberapa besar variasi fitur tersebut (Ferdinand, 2006:26). Variabel terikat penelitian ini adalah kebahagiaan populasi (Y). Variabel bebas yang dilambangkan dengan X berpengaruh terhadap variabel terikat, baik secara positif maupun negatif (Ferdinand, 2006:26). Penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif menyajikan temuan empiris sebagai angka. Penelitian kuantitatif memberikan hasil melalui teknik statistik atau kuantifikasi. Penelitian kualitatif dan berbasis wawancara adalah kategori lain (pengukuran).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari deskripsi responden ini adalah untuk memberikan gambaran tentang tamu yang menginap di Hotel Lotus Garden Kediri. Tamu-tamu ini adalah peserta penelitian ini, yang memiliki jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berikut ini merupakan ringkasan deskripsi orang-orang yang menanggapi survei: Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Dari hasil penelitian jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1. Responden berdasarkan kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas dari jumlah responden 100, responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Responden perempuan berjumlah 63 orang atau 63% sedangkan responden laki laki berjumlah 37 orang atau 37% dari keseluruhan responden.

Jumlah responden berdasarkan usia

Dari hasil penelitian jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. Responden berdasarkan kelamin

Usia	Jumlah Responden	Prosentase
18-30	35	35%
31-40	24	24%
41-50	41	41%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas dari jumlah responden 100, umur > 40 tahun lebih banyak dibandingkan dengan responden umur 18-30 dan 31-40 tahun. Responden umur 18-30 tahun berjumlah 35 orang atau 35%, responden umur 31-40 tahun berjumlah 24 orang atau 24% dan responden umur >40 tahun berjumlah 41 orang atau 41% dari keseluruhan responden.

Jumlah responden berdasarkan posisi pekerjaan

Dari hasil penelitian jumlah responden berdasarkan posisi pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. Responden berdasarkan posisi pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase
Mahasiswa	17	17%
Wiraswasta	46	46%
Pegawai Swasta	37	37%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas dari jumlah responden 100, posisi mahasiswa lebih sedikit dari pada posisi wiraswasta, dan Pegawai Swasta. Responden pegawai swasta berjumlah 37orang atau 37% sedangkan responden Wiraswasta berjumlah 46 orang atau 46%, responden mahasiswa berjumlah 17 orang atau 17%.

Analisis Validitas

40

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	Keterangan
1	0,903	0,000	Valid
2	0,330	0,000	Valid
3	0,762	0,000	Valid
4	0,500	0,000	Valid
5	0,460	0,000	Valid

KESIMPULAN

7

Berdasarkan hasil kajian penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat diuraikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara parsial Kepuasan Pelanggan di Hotel Lotus Garden Kediri, hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Kenyamanan Tempat memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Lotus Garden Kediri, hal ini terlihat dari nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$.

3. Secara simultan, disiplin kerja dan kualitas kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas kinerja karyawan di SMK PGRI 1 Kediri, hal ini terlihat dari nilai signifikan uji f yaitu $0,020 < 0,05$.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Arifin, Z. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [2] Ika Devi Widyaningrum, D., & Effendi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat.
- [3] Nalendra, A. R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Im3 Madiun). JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer), 3(2), 281-288.
- [4] Pranata, E. A. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Aston Inn Gideon (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- [5] PRATIWI, M. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, terhadap kepuasan konsumen di penginapan lebar daun Palembang (Doctoral dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang).
- [6] Putra, B. E. (2012). Pengaruh Pelayanan Banquet Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- [7] Shahputra, R. (2019). analisis kualitas pelayanan di hotel puri inn jakarta.
- [8] SINRANG, A. ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND CLARION MAKASSAR.
- [9] Widhiarsa, O., & YOESTINI, Y. (2011). "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN HOTEL"(Studi Kasus pada Hotel Ciputra di Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	3%
2	id.scribd.com Internet Source	3%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%
4	id.123dok.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
7	Submitted to Binus University International Student Paper	1%
8	Submitted to poltekim Student Paper	1%
9	repository.uin-suska.ac.id	

Internet Source

1 %

10

123dok.com

Internet Source

1 %

11

core.ac.uk

Internet Source

1 %

12

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

1 %

13

proceeding.unpkediri.ac.id

Internet Source

1 %

14

repo.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

1 %

15

repository.unpkediri.ac.id

Internet Source

1 %

16

repository.unmuhjember.ac.id

Internet Source

1 %

17

jurnal.uisu.ac.id

Internet Source

<1 %

18

repository.uinsu.ac.id

Internet Source

<1 %

19

www.lib.fkm.ui.ac.id

Internet Source

<1 %

20

Submitted to Southern Illinois University

Student Paper

<1 %

21	jurnal.unma.ac.id Internet Source	<1 %
22	library.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
24	trepo.tuni.fi Internet Source	<1 %
25	www.downside.com Internet Source	<1 %
26	www.theseus.fi Internet Source	<1 %
27	e-journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
28	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
30	www.sciencegate.app Internet Source	<1 %
31	Annisa Kurnia Nur Azizah. "Inovasi Layanan Rakyat Untuk Sertifikat Tanah (Larasita) Di Kantor Pertanahan Kota Magelang", JURNAL	<1 %

NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 2021

Publication

32

DOCPLAYER.INFO

Internet Source

<1 %

33

Deasy Ayu Pradini, Aprodita Emma Yetti. "Redesain Arsitektural Kantor dengan Optimalisasi Kenyamanan dan Sirkulasi. Studi Kasus : Kantor Bline Yogyakarta", JAS: Journal of Architecture Students, 2020

Publication

<1 %

34

Yoas Yoas, Emilia Dewiwati Pelipa, Yunita Astikawati. "PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DARI TAHUN 2014-2018", Jurnal Ekonomi Integra, 2020

Publication

<1 %

35

anyflip.com

Internet Source

<1 %

36

eprints.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

37

eprints.unpam.ac.id

Internet Source

<1 %

38

konsultasiskripsi.com

Internet Source

<1 %

39

www.slideshare.net

Internet Source

<1 %

40

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On