

Oci

by Lapaz Joki

Submission date: 18-Aug-2022 05:43PM (UTC+1000)

Submission ID: 1883865102

File name: TEMPLATE_MULAI_SENMEA_OCI_ARISTA-1.docx (499.36K)

Word count: 2322

Character count: 15208

1
**ANALISIS KUALITAS PROFUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA WILAYAH KOTA SURABAYA**

8 OCI ARISTA^{1, 2, 3}

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Jl. Ahmand Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112 Alamat email

ociarista542@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk :

Tanggal Revisi :

Tanggal diterima:

11
Abstract

This study aims to determine the effect of the quality of goods, the quality of administration and costs on the fulfillment of Surabaya Noesa Coffee shoppers. This exploration is a research study with a collaborative plan. The research population is all consumers of Noesa Coffee Surabaya. This exploratory trial adds up to 170 subscribers. The information acquisition strategy uses surveys that have been tested for validity and unwavering quality. The procedure for checking information in this exploration is different from relapse. The results of this exploration show that product quality, service quality, and price perception have a positive and massive impact on the fulfillment of Surabaya Noesa Coffee buyers.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Perception of Price, Consumer Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Kopi Noesa Surabaya. Eksplorasi. inii merupakan penelitian studi dengan rencana kerja sama. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Kopi Noesa Surabaya. Uji coba dalam eksplorasi ini menambah hingga 170 pelanggan. Strategi pemerolehan informasi tersebut menggunakan survei yang telah teruji keabsahan dan kualitas yang tak tergoyahkan. Prosedur pemeriksaan informasi dalam eksplorasi ini berbeda relaps. Hasil eksplorasi inii menunjukkan bahwa kualitas prouk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh positif dan masif terhadap pemenuhan pembeli Kopi Noesa Surabaya.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumenn*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, perkembangan dunia bisnis menjadi hal yang tidak bisa diremehkan. Bisnis menjadi salah satu alternatif masyarakat untuk memulai sebuah usaha dalam mencari keuntungan. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat sekarang ini mendorong banyaknya persaingan sehingga muncul adanya resiko resiko dan ancaman yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku bisnis. Sebuah inovasi dan ide ide strategi perlu difikirkan oleh pelaku bisnis untuk ketahanan berlangsungnya usaha yang dimiliki.

Perkembangan bisnis kuliner dengan konsep gerai modern seperti kedai kopi ini menjadi selera masyarakat sekarang ini. Keberadaan kedai kopi sekarang ini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Terlebih lagi masarakat Indonesia yang sudah melekat dengan budaya minum kopi. Kopi menjadi minuman yang disukai berbagai kalangan masyarakat dalam menikmati aktivitas sehari-hari. Pelaku bisnis memanfaatkan peluang populernya kedai kopi dengan mempertimbangkan keinginan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Sifat biji kopi espresso yang dijual di Noesa Bistro kualitas sedang hingga rendah, hal ini dibuktikan dengan banyaknya biji kopi espresso yang beredar yang tidak baik. Dengan cara ini, sifat barang yang disajikan di Noesa Bistro tidak memenuhi asumsi pelanggan, sehingga pemenuhan pembelian dapat berkurang.

Pada saat ini, di kota Surabaya telah banyaknya mendirikan warung-warung kopi memulai dari kedai jalanan hingga kafe sekelas Starbucks. Lebih dari serratus usaha cafe dan kedai kopi di Surabaya yang jumlahnya berkisar 175 usaha yang terdaftar. Dari 175 usaha tersebut yang berkonsep kopi sebagai menu utama nya sebanyak 29 coffeeshop atau kedai kopi (<https://surabaya.go.id/>). Salah satu contoh warung kopi

yang berbentuk kedai jalanan di Surabaya yaitu kedai kopi Noesa. Kedai ini berlokasi di Jl. Dharmawangsa, Kota Surabaya letaknya warung ini dapat dikatakan lumayan strategis dan enak dipandang.

Konsumen mengakui adanya beberapa faktor-faktor yangengaruhi kepuasan pelanggan seperti, kualitas produk (kualitas biji-biji kopinya, citra aroma) yang mengurangi aroma, pelayanan (tempat kamar mandi, tempat parkir, kemampuan dan keramahannya barista). Ada konsumen yang menilai kepuasan dari segi kualitas produknya, ada yang menilai dengan pelayanannya, ada yang menilai dengan berbagai atau bahkan semua unsur kepuasannya. Dari beberapa pelanggan Kedai Kopi Noesa Surabaya berpendapat bahwa produknya kurang enak/memuaskan, dan kesesuaian harga dan produk yang ditawarkan belum cukup seimbang.

Kedai Kopi Noesa yang memiliki berbagai variasi kopi yang disediakan untuk kemudahan memilih kopi sesuai selera konsumen. Dalam melakukan survei, peneliti merasa bahwa produk yang dijual di Kopi Noesa kurang memenuhi standar. Produk kopi yang digunakan Kedai Kopi Noesa lebih menggunakan kopi dengan kualitas rendah. Selain itu persediaan kopi yang dimiliki Kedai Kopi Noesa banyak yang sudah melewati batas kesegaran sehingga kopi yang dihasilkan kurang dalam nilai kenikmatan yang akhirnya konsumen kurang puas dengan cita rasa kopi yang dihasilkan.

Ada pelanggan yang menilai bahwasanya pelayanannya yang diberikan sudah cukup baik dan harga yang diberikan juga sudah mencapai dengan tingkat kepuasannya. kesesuaian manfaat produk. Penelitian yang dilakukan oleh yoestini (2017) tentang "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada waroeng spesial sambal cabang semarang" menyatakan bahwa pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan waroeng spesial sambal cabang semarang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh D.A dan Sunarti (2017) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo" juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap faktor kepuasan konsumen. Namun demikian, terdapat hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Rahma angraeni (2020) pengaruh kualitas produk citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen kopi lain hati lamper kota semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Harga lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara persial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di coffe coffe Damascus mengarah bungah gresik

Meski terdapat beberapa hasil pemeriksaan yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif, namun demikian terdapat hasil penelitian yang berbeda. Penelitian tersebut diantaranya adalah Findianah (2019) melakukan penelitian tentang "pengaruh Harga lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna coffe Damascus mengarah bungah gresik".. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan nilai anggota.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang telah diuraikan dan adanya beberapa penelitian yang memberikan hasil berbeda, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Kopi terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada konsumen Kopi Noesa Surabaya".

TUJUAN MASALAH

1. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
2. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
3. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Noesakopi Surabaya.
4. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga, terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.

METODE

Jenis eksplorasi yang dilakukan dalam eksplorasi ini adalah ikhtisar/survei. Untuk tinjauan ini, data kumpulan dari responden/konsumen menggunakan jajak pendapat/kuesioner. Menurut Sugiyono (2008), eksplorasi saat ini merupakan kumpulan informasi dengan menggunakan instrumen polling untuk mendapatkan reaksi dari konsuen/responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
UJI VALIDITAS

Kualitas Produk X1

ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	kesimpulan
Item 01	0,828	0,250	Valid
Item 02	0,833	0,250	Valid
Item 03	0,764	0,250	Valid
Item 04	0,764	0,250	Valid
Item 05	0,775	0,250	Valid

Kualitas Pelayanan X2

ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	kesimpulan
Item 01	0,697	0,250	Valid
Item 02	0,767	0,250	Valid
Item 03	0,684	0,250	Valid
Item 04	0,795	0,250	Valid
Item 05	0,719	0,250	Valid
Item 06	0,726	0,250	Valid
Item 07	0,709	0,250	Valid
Item 08	0,803	0,250	Valid
Item 09	0,844	0,250	Valid

Persepsi Harga

ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	kesimpulan
Item 01	0,897	0,250	Valid
Item 02	0,923	0,250	Valid

Kepuasan Konsumen Y

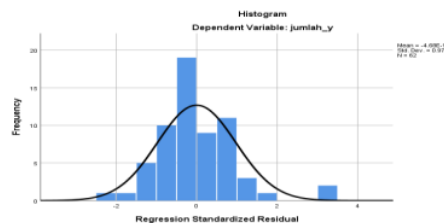
ITEM	R _{hitung}	R _{tabel}	kesimpulan
Item 01	0,768	0,250	Valid
Item 02	0,726	0,250	Valid
Item 03	0,711	0,250	Valid
Item 04	0,799	0,250	Valid
Item 05	0,779	0,250	Valid
Item 06	0,823	0,250	Valid
Item 07	0,632	0,250	Valid
Item 08	0,838	0,250	Valid

Sumber : data diolah sendiri 2022

Hasil uji legitimasi dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada setiap variabel evaluasi yang terdiri dari kualitas barang, kualitas administrasi dan ketajaman nilai, dan pemenuhan pembeli memiliki nilai komponen lebih menonjol dari 0,250, sehingga semua pertanyaan dalam semua faktor penyelidikan dipertimbangkan substansial/valid.

UJI NORMALITAS

Dapat diketahui pada hasil diskusi menunjukkan bahwasanya kurva memiliki kemiringan yang seimbang, baik kiri maupun kanan dan kurva, sehingga dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa modal regresi memenuhi asumsi normalita.



UJI MULTIKOLINERITAS

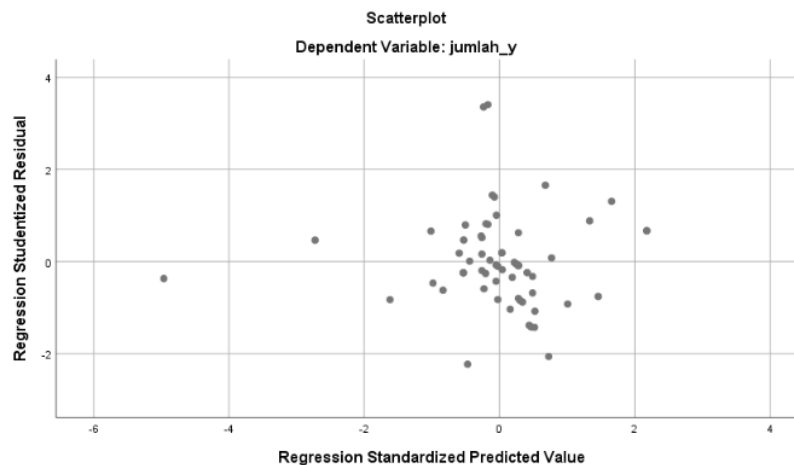
Berdasarkan hasil diskusi dapat dilihat bahwa variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,242; 0,218; 0,489 yang lebih dari 0,05, dan VIF 4.127; 4.580 yang lebih kecil dari 5. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	jumlah_x1	.242	4.127
	jumlah_x2	.218	4.580
	jumlah_x3	.489	2.045

a. Dependent Variable: jumlah_y

UJI HETEROSKEDASTISITAS



Sumber : Output SPSS

Dari hasil diskusi tersebut menunjukkan bahwa titik-titik acak menyebar tidak membentuk pola serta berada di atas nol atau dibawah nol, sehingga asumsi Heteroskedastisitas telah terpenuhi.

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	8.385	2.756		3.042	.004
	jumlah_x1	.752	.266	.498	2.824	.006
	jumlah_x2	.095	.168	.105	.566	.574
	jumlah_x3	.674	.400	.209	1.685	.097

a. Dependent Variable: jumlah_y

e 3

Sumber: output SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 8.385 menunjukkan bahwa bila variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi ditingkatkan akan memberikan nilai 0,004 maka tingkat kepuasan kosnumen Kopi Noesa Surabaya yang dihasilkan sebesar 8,385.

12

UJI T (PARSIAL)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	8.385	2.756		3.042	.004
	jumlah_x1	.752	.266	.498	2.824	.006
	jumlah_x2	.095	.168	.105	.566	.574
	jumlah_x3	.674	.400	.209	1.685	.097

a. Dependent Variable: jumlah_y

sumber ; output SPSS

Uji t digunakan untuk memutuskan dampak setengah jalan (individu) dari satu variabel otonom/bebas pada variabel terikat. Dalam hal harga signifikani di bawah 0,05 (Sig. <0,05), cenderung dapat simpulkan bahwasanya faktor bebas sampai taraf tertentu pada dasarnya mempengaruhi variabel terikat.

1. Hasil statistik uji t dari variabel Kualitas Produk yaitu memperoleh hasil t hitungan besar 2,824 dengannilai signifikan besar 0,006 di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien relaps bernilai positif sebesar 0,303; maka hipotesisnya dinyatakan bahwasanya "Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen" diterima. Hal ini berarti H1 dalam penelitian ini terbukti.
2. Hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan yaitu diperoleh nilai t sebesar 0,566 dengan nilai kepentingan 0,574 di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien relaps bernilai positif sebesar 0,158; maka spekulasi dinyatakan bahwasanya "Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen" diterima. Hal ini berarti H2 dalam penelitian ini terbukti.
3. Hasil statistik uji t untuk variabel Persepsi Harga yaitu diperoleh t esteem sebesar 1,685 dengan nilai kepentingan 0,097 yang lebih sederhana dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien relaps bernilai positif sebesar 0,435; maka spekulasi dinyatakan bahwasanya "Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen" diterima. Hal ini berarti H3 dalam penelitian ini terbukti.

7

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602.800	3	200.933	24.920	.000 ^b
	Residual	467.667	58	8.063		
14	Total	1070.468	61			

a. Dependent Variable: jumlah_y

b. Predictors: (Constant), jumlah_x3, jumlah_x1, jumlah_x2

Sumber : output SPSS

Uji F (Fisher) yang dapat dalam analisis regresi berganda tujuannya untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas meliputi:

Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga secara bersamaan terhadap Kepuasan Konsumen. Jika harga kepentingan berada di bawah 0,05 (Sig. < 0,05) maka pada saat itu semua faktor otonom meliputi: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga, secara bersamaan pada dasarnya mempengaruhi Kepuasan Konsumen/Kepuasan Konsumen Uji F menghasilkan Penelitian ini menunjukkan nilai F yang ditentukan sebesar 1070.468 dengan arti 0,000.

1

PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai pengaruh variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen kedai Kopi Noesa Surabaya

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukannya ditunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diperoleh dari konsekuensi faktual uji relaps dengan nilai t-hitung 2,824 dengan nilai kepentingan 0,006 di bawah 0,05 (Sig.<0,05), dan koefisien relaps bernilai positif 0,303; maka spekulasi utama dalam ulasan ini ditunjukkan, khususnya "Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Hasil penelitian ini sesuai dengan salah satu hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan dan Andayani (2016) dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus Pada Kedai Kopi di Wilayah Surabaya)", yang menyatakan bahwa kualitas produk.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen kedai Kopi Noesa Surabaya

Hasil uji faktual yang telah dilakukannya ditunjukkan bahwa tidak ada pengaruh besar Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini diperoleh dari konsekuensi terukur dari uji relaps dengan nilai t-hitung 0,566 dengan nilai kepentingan 0,574 di bawah 0,05 (Sig.<0,05), dan koefisien relaps bernilai positif 0,158; Kemudian, pada saat itu, spekulasi berikutnya dalam ulasan ini ditunjukkan, khususnya "Kualitas Administrasi sangat mempengaruhi Kepuasan Konsumen"

3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Noesa Surabaya

Hasil uji faktual yang telah dilakukannya ditunjukkan bahwa tidak ada dampak yang luar biasa dari pertimbangan biaya terhadap pemenuhan pembelian. Hal ini diperoleh dari konsekuensi terukur dari uji relaps dengan nilai t-hitung sebesar 1,685 dengan nilai kepentingan 0,097 di bawah 0,05 (Sig.<0,05), dan koefisien relaps bernilai positif sebesar 0,435; kemudian spekulasi ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pertimbangan biaya secara tegas mempengaruhi pemenuhan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga, terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Noesa Surabaya

Dilihat dari hasil uji faktual yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa tidak ada dampak besar kualitas barang, kualitas administrasi, dan pertimbangan biaya terhadap pemenuhan pembelian. Hal ini diperoleh dari hasil uji F, nilai F yang ditentukan adalah 1070.468 dengan arti 0,000. Karena nilai kepentingan berada di bawah 0,05 (Sig. <0,05), maka mungkin beralasan bahwa spekulasi keempat dalam penelitian ini ditunjukkan, khususnya "kualitas barang, kualitas administrasi, dan pertimbangan biaya sangat mempengaruhi pemenuhan pembeli".

SIMPULAN

Bahwasanya ada pengaruh signifikan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada kopi noesa surabaya. Hal ini dapat menunjukkan bahwasanya konsumen telah mengetahui dan merasakan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga dengan baik sehingga dapat menimbulkan tingkat kepuasan konsumen.

SARAN

Mengingat tujuan dalam tinjauan ini, diketahui bahwa kualitas barang, kualitas administrasi, dan pertimbangan biaya sampai tingkat tertentu atau pada saat yang sama mempengaruhi pemenuhan pelanggan, sehingga ide-ide yang menyertainya dapat diberikan:

1. Untuk Perusahaan

Untuk meningkatkannya kepuasan konsumen agar melebihi tinggi dari sebelumnya, dapat melakukan antara lain membuat porsi masakan lebih banyak dari sebelumnya, membuat minuman kopi terasa lebih nikmat dari sebelumnya, dan memberi voucher makanan atau minuman gratis saat konsumen melakukan minimal 3 kali pembelian. .

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Eksplorasi lebih lanjut dapat mengembangkan batasan yang ada dalam tinjauan ini dan meningkatkan jumlah tes dan teknik pengumpulan informasi untuk didapatkan hasilnya yang menyeluruh.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Pricilla L, Octaviani IS. Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi, Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Cimb Niaga, Tbk Cabang Kabupaten Temanggung. Kreat J Ilm Prodi Manaj Univ Pamulang 2020;8:29. <https://doi.org/10.32493/jk.v8i2.y2020.p29-38>.
- [2] Apriyani D, Sunarti. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). J Adm Bisnis (JAB)|Vol 2017;51:1-7.
- [3] Anggraeni AR, Soliha E. Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). Al Tijarah 2020;6:96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>.
- [4] Adil E, Samrin. Pengaruh Budaya dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT>Bina Langgeng Lestari (TONY MOLY COSMETIC) MEDAN. J Manaj 2016;6:30-8.
- [5] Adi AFR. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Semarang 2012;1:61.
- [6] Iskandarsyah NM, Utami S. PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN MURAH DI HADRAH PROPERTY n.d.;2.

ORIGINALITY REPORT

38%
SIMILARITY INDEX

37%
INTERNET SOURCES

24%
PUBLICATIONS

17%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 core.ac.uk Internet Source **18%**

2 Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper **4%**

3 123dok.com Internet Source **3%**

4 Submitted to Universitas Nasional Student Paper **2%**

5 eprints.uny.ac.id Internet Source **1%**

6 adoc.pub Internet Source **1%**

7 nanopdf.com Internet Source **1%**

8 proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source **1%**

9 Submitted to IAI KAPD Jawa Timur Student Paper **1%**

10	repository.unej.ac.id Internet Source	1 %
11	I Wayan Eka Santika, Ida Ayu Arini. "PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI (Studi Kasus Pada Kopi Nini) DI DESA DEMULIH KABUPATEN BANGLI", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2020 Publication	1 %
12	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1 %
13	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	1 %
14	eprints.umpo.ac.id Internet Source	1 %
15	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	1 %
16	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
17	id.123dok.com Internet Source	1 %
18	prosiding.unipma.ac.id Internet Source	<1 %

19 Rony Kurniawan Kurniawan, Samari Samari, Sigit Ratnanto. "Komparasi Model Single Moving Avarage & Exponential Smoothing Untuk Peramalan Penjualan AMDK NuClees", JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS, 2022
Publication <1 %

20 eprints.undip.ac.id
Internet Source <1 %

21 repository.stie-aub.ac.id
Internet Source <1 %

22 text-id.123dok.com
Internet Source <1 %

23 Sarmauli Hanny Siagian, M. Umar Maya Putra, Davin Kwok. "CUSTOMER SATISFACTION STUDY OF GEPREK CHAMPION CHICKEN BRANCH MAKMUR MEDAN", International Journal of Engineering Technologies and Management Research, 2020
Publication <1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Oci

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
