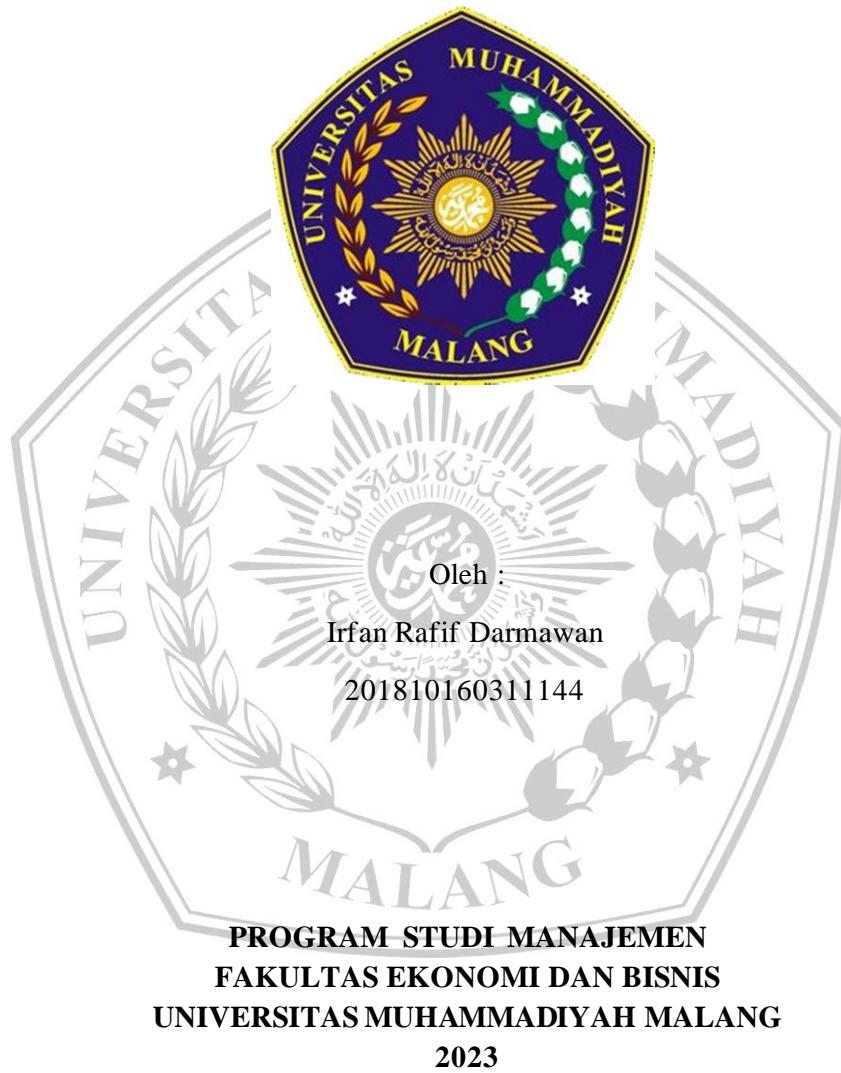


**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
**(Studi Pada Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang)**

**SKRIPSI**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
**(Studi Pada Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang)**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2023**

# SKRIPPSI

## PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh:

Irfan Rafif Darmawan

20181016031144

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 07 Oktober 2023

Pembimbing I,

Dr. Widayat, M.M.

Pembimbing II,

Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.



# **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

## **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Yang disiapkan dan disusun oleh :**

**Nama : Irfan Rafif Darmawan**

**NIM : 20181016031144**

**Jurusan : Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 07 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

**Susunan Tim Penguji:**

**Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

**Penguji II : Widhiyo Sudiyono, S.T., M.AB.**

**Penguji III : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.**

**Penguji IV : Dr. Widayat, M.M.**

1. *[Signature]*
2. *[Signature]*
3. *[Signature]*
4. *[Signature]*

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

**Ketua Jurusan,**

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irfan Rafif Darmawan

NIM 201810160311144

Program Studi : Manajemen

Surel : [irfandrafif@gmail.com](mailto:irfandrafif@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarisme*) dan hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 September 2023

Yang m.



Irfan Rafif Darmawan

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
**(Studi Pada Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang)**

Irfan Rafif Darmawan, Widayat, Dicky Wisnu Usdek Riyanto  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang  
Email: [irfandrafif@gmail.com](mailto:irfandrafif@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang, mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang, mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang. Responden penelitian ini adalah 80 konsumen Fore Coffee Jalan Semeru Kota Malang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis path. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Loyalitas

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah, Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”. Shalawat dan salam kepada Rasulullah yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia..

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada:

1. Prof. Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Idah Zuhroh., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiyah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan persetujuan dalam penelitian.
4. Dr. Widayat, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak kritik dan saran dalam membimbing penulisan skripsi.
5. Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Phd. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan selama proses penulisan skripsi.

6. Triningsih Sri Supriyati, Dra., M.P. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan selama pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kepada teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna. Penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan penulis. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua.

Malang, 15 September 2023

Irfan Rafif Darmawan

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Landasan Teori.....	13
C. Kerangka Pikir.....	24
D. Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Lokasi Penelitian .....	28
B. Jenis Penelitian .....	28
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Definisi Operasional.....	30
E. Jenis dan Sumber Data.....	32
F. Pengumpulan Data.....	32
G. Alat Pengukuran Data .....	32
H. Teknik Analisis Data.....	33
I. Uji Instrumen.....	34
J. Uji Asumsi Klasik .....	35
K. Teknik Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
B. Karakteristik Responden.....	47
C. Uji Instrumen.....	51
D. Hasil Rentang Skala.....	53
E. Uji Asumsi Klasik .....	61
F. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	63
G. Uji Hipotesis.....	67
H. Uji Mediasi.....	69
I. Pembahasan.....	71

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2. Skor Skala .....	33
Tabel 3.3. Rentang Skala.....	37
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2. Usia Responden.....	48
Tabel 4.3. Pendidikan Responden .....	49
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden .....	49
Tabel 4.5. Pendapatan/Saku Per Bulan Responden .....	50
Tabel 4.6. Pembelian Fore Coffee Per Bulan .....	51
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.9. Jawaban Item Citra Merek (X1).....	53
Tabel 4.10. Jawaban Item Kualitas Produk (X2).....	55
Tabel 4.11. Jawaban Item Kepuasan Pelanggan (Z) .....	57
Tabel 4.12. Jawaban Item Loyalitas Pelanggan (Y) .....	59
Tabel 4.13. Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.14. Hasil Uji Multikolinieritas .....	62
Tabel 4.15. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	62
Tabel 4.16. Hasil Uji Analisis Jalur Model I.....	63
Tabel 4.17. Hasil Uji Analisis Jalur Model II .....	64
Tabel 4.18. Hasil Koefisien Determinasi Model I.....	65
Tabel 4.19. Hasil Koefisien Determinasi Model II .....	65
Tabel 4.20. Hasil Beta Pengaruh Langsung Tidak Langsung Pada X1 Terhadap Y Melalui Z .....	66
Tabel 4.21. Hasil Beta Pengaruh Langsung Tidak Langsung Pada X2 Terhadap Y Melalui Z .....	67
Tabel 4.22. Hasil Uji t.....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian .....	25
Gambar 4.1. Logo Fore Coffee.....	42
Gambar 4.2. Struktur <i>Brand Marketing Team</i> Fore Coffee.....	45
Gambar 4.3. Struktur <i>Campaign &amp; Performance Team</i> Fore Coffee.....	45
Gambar 4.4. Diagram Analisis Jalur Model I.....	65
Gambar 4.5. Diagram Analisis Jalur Model II.....	66



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	86
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	89
Lampiran 4. Uji Reliabilitas .....	91
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 6. Uji Path .....	93



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (1993). *Brand equity and advertising: An overview* (pp. 1-10). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Adam, E.E., & Ebert, R.J., (1992). *Production and Operations Management: Concepts, Models, and Behaviour Fifth Edition*. Prentice Hall Inc, New Jersey
- Afnina & Yulia Hastuti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*. 9(1), 2614-1523.
- Aprileny, I., & Regar, Y. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada JCO Donuts & Coffee Mkg). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(2), 13-44.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT.Rineka Cipta
- Awal, M., Parawansa, D., & Maming, J. (2018). The Effect of Brand Image and Product Quality to Customer Satisfaction and Loyalty of Hilux Cars in Merauke District. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*. 1(3), 120-131.
- Bennett, R. & Rundle-Thiele, S. (2004). Customer Satisfaction Should Not Be The Only Goal. *Journal of Services Marketing*. 18(7), 514-23.
- Charlton, P., & Ehrenberg, A. S. (1976). An Experiment In Brand Choice. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 152-160.
- Chen, Y., & Chang, C. (2013). Towards green trust. Management Decision. *Journal Management*. 51(1), 63– 82.
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa, Jilid 1 dan 2 edisi ketujuh*. Penerbit Erlangga. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Cooper, D.R. & Emory, C.W. (1995). *Metode Penelitian Bisnis, Jilid 1, Edisi kelima*. Penerbit Erlangga
- Daryanto & Ismanto S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Jakarta: Gava Media
- Feigenbaum (1992). *Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketiga*. Penerbit Erlangga
- Fertiawan, Y., Hermawan,A., Wardana, L.W., & Arief, M. (2018). Satisfaction as Effect Mediation of Brand Image and Customer Relationship

- Management on Customer's Loyalty. *KnE Social Sciences*. 3(3), 34.
- Fitrianti, F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Malomo Laundry Kota Palopo. *Journal Management*. 6(3), 145-156.
- Fiqihta, E., Kuraesin, E., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan. Manager. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2(3), 376.
- Fore Coffee. (2022). Sambut 2022, *Fore Coffee Mantapkan Strategi Akselerasi Ekspansi Gerai Dan Menu*. Diakses pada 19 Januari 2023. <https://fore.coffee/sambut-2022-fore-coffee-mantapkan-strategi-akselerasi-ekspansi-gerai-dan-menu/>
- Fraenkel, Jack. R., & Norman E. Wallen. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education 8th Edition*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Gaspersz, V. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi Sembilan*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Jurnal Prologia*. 3(2).
- Hardi, D., Wisnalmawati, & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (Survai Pada Coffe Shop Fihi Pekanbaru). *Jurnal Ekonomi Ciastech*, 21– 28.
- Irawan, Handi. (2008). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Kusuma, M. H. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Baturaja). *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 128-147.
- Kusuma, W., & Marlena, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 9(2), 1174–1180.
- Lin, H. H., & Wang, Y. S., (2006), An Examination Of The Determinants Of Customer Loyalty In Mobile Commerce Contexts, Informastion And Management. *Journal of Management*. 43, 271-282

- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta.
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect Of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. 4(01).
- Majid, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal Of Economics, Management, and Business Research*. 2(1), 214-226.
- Norhermaya, Y.A., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Studi Pada Online Store lazada.co.id. *Journal of Management*, 5(3), 1-13.
- Palilati, A. P., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 534-542.
- Parasuraman, L.L. Berry, & Zeithaml V.A. (1985). A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. *Journal of Marketing*. 49(3), 41-50.
- Peter, J. & Olson , J. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. 2nd. ed. 4 Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(2), 1-14.
- Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat.
- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi*. 4(2), 231-240.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma & Bougie R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Thungasal, C., Eddy, & Siagian, Hotlan. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 7(1), 254-270
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulfah, D. N., Rukismono, M., & Tan, E. R. (2020). Pelanggan Kosmetik Wardah Di Kecamatan Kenjeran Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*. 4(1), 1–6
- Widodo, W., & Kumala, M. C. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 7(2), 44-68
- Wijaya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*. 2(1), 1-16.
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 6(2), 798–807

# Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

- |   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur<br>Student Paper | 3% |
| 2 | eprints.umm.ac.id<br>Internet Source   | 3% |
| 3 | lib.unnes.ac.id<br>Internet Source   | 2% |
| 4 | repository.unej.ac.id<br>Internet Source   | 2% |
| 5 | 123dok.com<br>Internet Source  | 2% |
| 6 | jurnalstkipgrisitubondo.ac.id<br>Internet Source                                       | 2% |

Exclude quotes      On  
Exclude bibliography      On

Exclude matches      < 2%