

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Danuku *Mart* Bedugul)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Nandita Fathia Mahbubah

202110160311657

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS

PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada Pelanggan Danuku *Mart* Bedugul)

Oleh:

Nandita Fathia Mahbubah

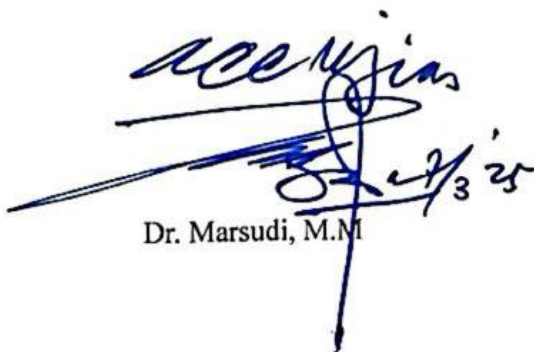
202110160311657


Malang, 07 Maret 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Marsudi, M.M.


Rinaldy Achmad Roberth Fathoni S.AB., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nandita Fathia Mahbubah

NIM : 202110160311657

Program Studi : Manajemen

Surel : nanditafathia08@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 hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam Skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan 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 sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 7 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Nandita Fathia Mahbubah

202110160311657

***THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(Study on Consumers of Danuku Mart Bedugul)***

Nandita Fatia Mahbubah

Management Department, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

Corresponding E-mail: nanditafathia08@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze and determine the effect of price and product quality on customer loyalty through customer satisfaction at Danuku Mart Bedugul customers. The population in this research are Danuku Mart customers who have consumed and have made purchases more than 2 times in the last 3 months. This research uses a quantitative approach and data analysis is carried out using smartPLS 4. The research results show that price has a positive and significant effect on customer loyalty, product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, price has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, product customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, price has a negative and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Price, Product Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Danuku *Mart* Bedugul)**

Nandita Fatia Mahbubah
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia
E-mail: nanditafathia08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan Danuku *Mart* Bedugul. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan Danuku *Mart* yang telah melakukan mengkonsumsi dan telah melakukan pembelian sebanyak lebih dari 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data dilakukan menggunakan smartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Allah Yang Maha Esa, atas percikan kasih, hidayah, dan taufiq – Nya sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pelanggan Danuku *Mart* Bedugul)”**, dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Teriring do'a sholat semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Dan semoga tumpahan do'a sholat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Marsudi, M.M, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M selaku dosen pembimbing II. Terima kasih banyak atas segala bantuan dan bimbingan untuk penulis selama ini, sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar dan tepat waktu. Tanpa bimbingan dan dukungan Bapak/Ibu dosen pembimbing, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga kebaikan dan ilmu yang diberikan selalu mendapatkan balasan yang setimpal.
5. Seluruh jajaran Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang, penulis sampaikan terima kasih banyak atas ilmu yang telah diberikan.
6. Teristimewa dan terutama penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua tersayang Ayahanda Shodiqin dan Ibunda Ambiyah Munawaroh yang berjuang untuk kehidupan penulis hingga saat ini. Tanpa mereka berdua penulis tidak akan bisa sampai dititik ini. Terimakasih karena selalu memotivasi, mendidik, dan mendoakan penulis hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih berkat doa dan dukungan Ayahanda dan Ibunda atas semua jasa yang diberikan, dan sehat selalu serta diberikan kesehatan serta umur panjang.

7. Kepada Adik Kandung penulis Ahmad Farrel Azhar Fauzan dan keluarga besar Bani Lakim dan Bani Lasim yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
8. Kepada pemilik nim 202110160311380, Johan surya Ghanata. Terimakasih telah mendampingi penulis dan banyak membantu penulis selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Terima kasih atas kesabaran, doa, dukungan tanpa henti, mendengarkan keluh kesah dan memotivasi penulis untuk bisa sampai di titik ini. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi ini sampai selesai. Semoga segala kebaikan akan selalu bersamamu.
9. Penulis juga menyampailan rasa terima kasih yang tulus kepada sahabat sahabat tercinta dan teman perjuangan penulis yang telah mendengarkan keluh kesah penulis serta membantu dalam proses penyusunan tugas akhir penulis. Serta teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, suka dan duka yang telah dilewati bersama. Semoga persahabatan kita tetap terjalin dan semoga kita semua selalu diberikan kemudahan dan kesuksesan.
10. Dan yang terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada selaku penulis yaitu diri saya sendiri Nandita Fathia Mahbubah. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang atas semua tantangan yang ada sehingga bisa sampai dititik ini. Dan terima kasih tidak menyerah dalam perjuangan yang masih panjang ini, karena hal-hal luar biasa tidak ada pada zona nyaman.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 07 Maret 2025

Yang membuat Pernyataan,



Nandita Fathia Mahbubah

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2.1 Perilaku konsumen	12
2.2.2 Loyalitas pelanggan	14
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.2.4 Harga	25
2.2.5 Kualitas Produk	31
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pikir	43
2.4 Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Jenis Desain Penelitian.....	51
3.2 Lokasi Penelitian.....	51

3.3	Populasi dan sampel.....	51
3.4	Definisi Operasional Variabel	53
3.5	Jenis dan Sumber Data	55
3.6	Teknik Pengumpulan Data	56
3.7	Teknik Pengukuran Data	57
3.8	Teknik Analisis Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Karakteristik Responden	66
4.2	Hasil Analisis Data	71
4.3	Pembahasan	90
BAB V PENUTUP		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	99
5.3	Keterbatasan Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		106

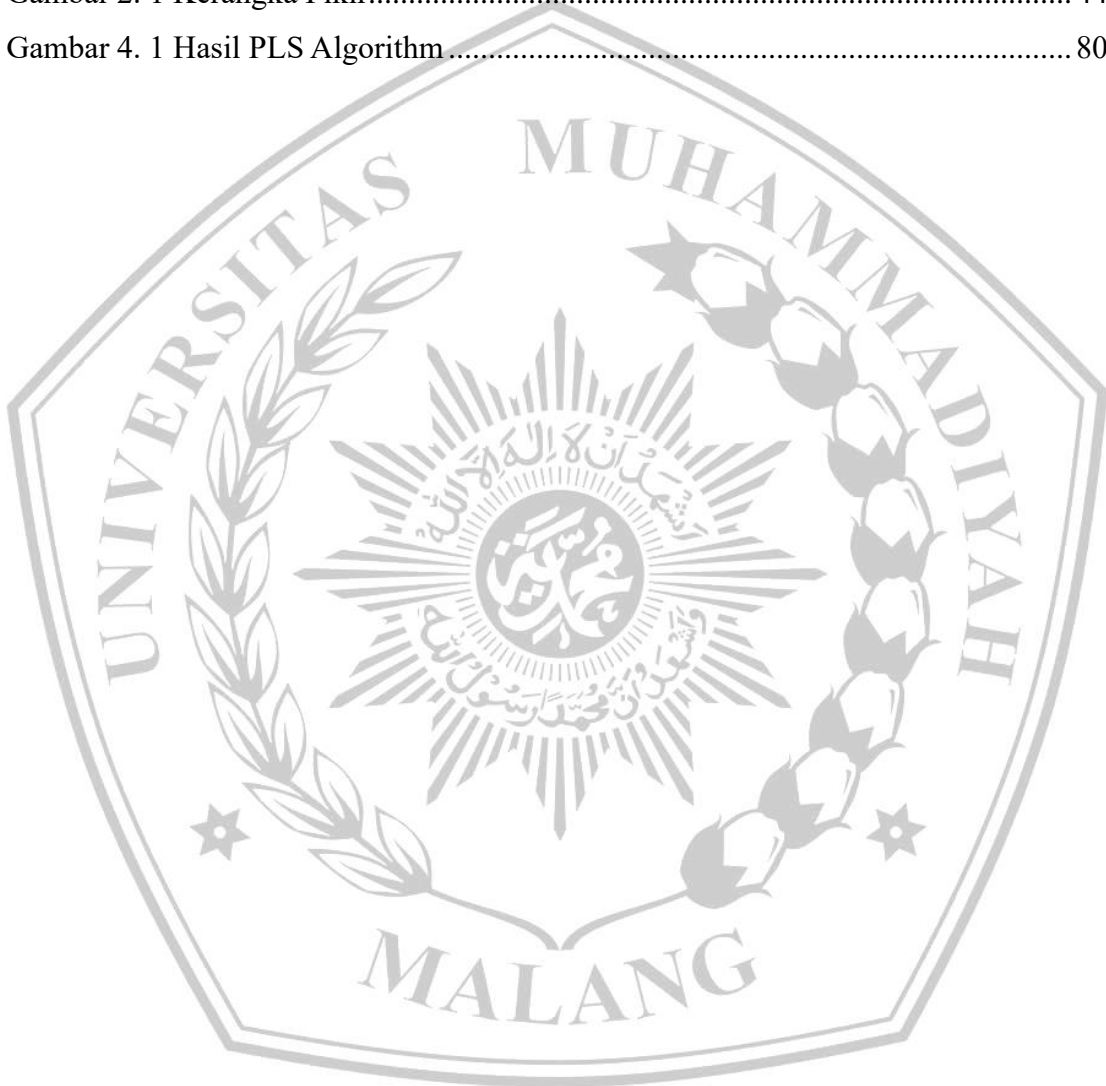


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan Pelanggan terkait kepuasan pelanggan.....	5
Tabel 1. 2 Ulasan Keluhan Pelanggan terkait kepuasan pelanggan	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 3. 2 Skala Likert	57
Tabel 3. 3 Rentang Skala.....	59
Tabel 4. 1 Kriteria Responden.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Golongan Usia	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga.....	72
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	73
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	75
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 4. 10 Hasil <i>Outer Loading</i>	79
Tabel 4. 11 Hasil AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	80
Tabel 4. 12 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	81
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	83
Tabel 4. 14 <i>R-Square</i>	84
Tabel 4. 15 <i>F-Square</i>	85
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung	86
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh tidak Langsung	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi dan Produk Danuku <i>Mart</i>	4
Gambar 1. 2 Grafik penjualan per bulan Danuku <i>Mart</i>	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	44
Gambar 4. 1 Hasil PLS Algorithm.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra Riset.....	106
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	107
Lampiran 3. Tabulasi 100 Responden.....	112
Lampiran 4. Hasil Outer Model.....	118
Lampiran 5. Hasil inner model.....	120
Lampiran 6. Dokumentasi.....	121



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Samsuri, R. Algafiky, and R. Gunawan, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada CV. Ara Turangga Putra Megamendung Bogor),” *J. Manaj. Din.*, vol. 6, no. 2, pp. 122–136, 2024.
- [2] Reni Widiastuti, “Dampak Loyalitas Pelanggan Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Layanan, Dan Kepercayaan Pelanggan,” *J. Bisnis, Ekon. Syariah, dan Pajak*, vol. 1, no. 1, pp. 31–52, 2024, doi: 10.61132/jbep.v1i1.38.
- [3] Pramesti, inhi R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). An Intervening Variable On Consumers Of Chatime Beverage Products In Sidoarjo Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Minuman Chatime Di Sidoarjo pasaran di Indones. 4(5), 7037–7050.
- [4] C. Massie, H. N. Tawas, and J. G. Poluan, “Pengaruh Partner Relationship Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Distributor Pada Pt. General Aromatics (Branch Sulut),” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 11, no. 4, pp. 1082–1095, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i4.52341.
- [5] Y. Liana, I. Putri, T. Djafri, and D. Priyo, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Shopee,” *J. Ilm. Ecobuss*, vol. 12, no. 1, pp. 77–85, 2024, doi: 10.51747/ecobuss.v12i1.1866.
- [6] M. Syahmi, F. Syahmi, R. S. Colia, and E. Warman, “KEPUASAN PELANGGAN namun berdampak positif untuk jangka panjang seperti meningkatkan loyalitas konsumen,” no. 5, pp. 1219–1230, 2021.
- [7] Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- [8] S. Rahayu and D. Syafe’i, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab,” *J. Manaj. Almatama*, vol. 1, no. 1, pp. 61–84, 2022, doi: 10.58413/jma.v1i1.220.
- [9] S. Fahmi, “Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik di Jawa Timur),” *INOBIS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 6, no. 4, pp. 544–558, 2023, doi: 10.31842/jurnalinobis.v6i4.309.

- [10] Chrisnaya, N., Alamsyah, A. R., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aka Coffee Malang. 4(2), 1–14.
- [11] Hendaprilla, M. L., Hamzah, M. I., & Hanandewa. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Bisnis Almatama*, 2(1), 51–62.
- [12] N. Rahmawati and I. Hasan, “Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen,” *Syarikat J. Rumpun Ekon. Syariah*, vol. 6, no. 1, pp. 207–220, 2023, doi: 10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12922.
- [13] Schiffman and Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketu. Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- [14] Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- [15] Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2015). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Lovelock, C, dan John Wirtz, 2016.
- [16] R. L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Second. New York: Routledge, 2014.
- [17] S. Rahayu, *Kepuasan & loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*, vol. 11, no. 1. 2019. [Online]. Available: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SI STEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [18] Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. 2007. BISNIS, edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- [19] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th Edition. Harlow : Pearson.
- [20] Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition.
- [21] R. S. Hamid *et al.*, *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. 2023. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=ngDGEAAQBAJ&printsec=frontcover#>

v=onepage&q&f=false

- [22] Suhartini. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa*. 58–74. Jakarta: Pres.
- [23] H. Irawan, *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Jakarta: Cetakan pertama : PT Gramedia, 2008.
- [24] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Millenium,. Jakarta: Prenhallindo, 2002.
- [25] P. Kotler, *Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo, 2000.
- [26] Peter, J. P., & Olson, J. C. 2013. *Consumer Behavior & Marketing Strategy: Perilaku. Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1 Ed 9* dialih bahasakan oleh Diah.
- [27] F. Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- [28] Kotler , Philip dan Gary , Armstrong (2012) , prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 13,Jilid.1 Jakarta: Erlangga.
- [29] A. Damaiyanti, S. K. Hildayanti, and M. Veronica, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening,” *J. Manaj.*, Vol. 14, No. 1, Pp. 38–45, 2022, Doi: 10.30872/Jmmn.V14i1.10388.
- [30] Djumarno, S. Anjani, and S. Djamaluddin, “Effect of product quality and price on customer loyalty through customer satisfaction,” *Int. J. Bus. Manag. Invent. ISSN*, vol. 7, no. 8, pp. 13–20, 2018, [Online]. Available: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:209479367>
- [31] R. Ihza Pratama, R. D. Jatmiko, and A. Praharjo, “The Influence of Product Quality and Price Towards Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator,” *Bus. Innov. Manag. Entrep. J.*, vol. 2, no. 01, pp. 55–69, 2023, doi: 10.22219/bimantara.v2i01.27490.
- [32] R. H. Ramdhan and I. Sulia, “KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Pengguna Layanan Telkomsel di Kota Surakarta),” vol. 17, no. 2, pp. 1791–1808, 2024.
- [33] S. Farisi and R. Q. Siregar, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan Salman Farisi Qahfi Romula Siregar,” vol. 3, no. 1, pp. 148–159, 2020.

- [34] N. Kumalasari, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Tempe 5.17 Salatiga," 2018.
- [35] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung:, vol. 6, no. 7. 2019. doi: 10.47467/alkharaj.v6i7.3020.
- [36] J. Fraenkel R. and N. E. Wallen, *How to Design and Evaluate Research in Education*, 8th ed. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2012.
- [37] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,. Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [38] H. Umar, "Metode penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada," *Manaj. Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 167–176, 2008, doi: 10.22219/jmb.v8i2.7069.
- [39] I. Ghozali and K. A. Kusumadewi, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 4.0 (Satu)*. Yoga Pratama, 2023.
- [40] Imam Ghozali and H. Latan, *Partial Least Squares Konsep. Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas diponegoro, 2015.
- [41] N. Falk, R. F. & Miller, *A Primer for Soft Modeling*. Akron: University of Akron., 1992.
- [42] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. 2021.
- [43] H. Jogiyanto, *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Jogjakarta, 2018.
- [44] Kotler, P. and Armstrong, G. (2017) *Marketing: An introduction*. 13. Edition, Pearson.


13% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 14%  Internet sources
- 6%  Publications
- 11%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

