

222_7 cek plagiasi (3)

by Jurnal Wacana Ekonomi

Submission date: 07-Jun-2023 03:23AM (UTC+0100)

Submission ID: 2110703042

File name: 222_7_cek_plagiasi_3.docx (561.58K)

Word count: 2533

Character count: 14393



5

Jurnal Wacana Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Garut

P-ISSN : 1412-5897; E-ISSN : 2715-517X

MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK REVLON ULTRA HD MATTE LIP COLOUR DI KOTA BANDUNG

Abstrak

Persaingan industri kosmetik di Indonesia semakin pesat diantaranya produk lipstick yang dikeluarkan oleh Revlon yang menawarkan atribut produk beragam. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui gambaran dan pengaruh minat beli konsumen produk Kosmetik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour di Kota Bandung terhadap faktor lainnya, pengumpulan sampel diperoleh dari 385 responden. Variabel kualitas produk, gaya hidup, harga dan minat beli digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan adanya pengaruh setiap variabelnya baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: kualitas produk, gaya hidup, harga, dan minat beli

Abstract

Competition in the cosmetics industry in Indonesia is increasing rapidly, including lipstick products issued by Revlon which offer various product attributes. This research is intended to describe and influence consumer buying interest in Revlon Ultra Hd Matte Lip Color cosmetic products in the city of Bandung on other factors. Sampling was obtained from 385 respondents. Variables of product quality, lifestyle, price and purchase intention are used in this research. This research resulted in the influence of each variable either simultaneously or partially.

Key words : product quality, lifestyle, price, and buying interest

1 Pendahuluan

Peraturan dalam menggunakan masker saat diluar rumah terjadi pada saat pandemi Covid-19 yang berpengaruh besar terhadap industri kosmetik sehingga riasan mata menjadi lebih penting dibandingkan riasan bibir (lipstik). Spesialis kosmetik Chrisanti Indiana menyebutkan terdapat perubahan *style makeup*, seperti produk lipstick yang tidak menempel pada masker. Perubahan ini diatasi dengan memilih tipe produk berdasarkan acuan dari *beauty enthusiast* (Halidi & Efendi, 2021).

Saat ini di Indonesia pada telah banyak produk kosmetik untuk riasan bibir (lipstik) seperti Maybelline, Wardah, dan Revlon yang masuk dalam *Top Brand Index* (TBI). Data menunjukkan bahwa lipstick Revlon sangat fluktuatif, mulai tahun 2019 – 2022 (tahun 2019 sebesar 9,2%, tahun 2020 menjadi 8,8%, tahun 2021 menjadi 7,5% dan tahun 2022 menjadi 8,5%) dan berada pada peringkat paling rendah, sementara itu Wardah menempati posisi paling tinggi. Parameter yang digunakan TBI yaitu pangsa pikiran, pangsa pasar dan pangsa komitmen (Frontier, 2022). Lipstik Revlon menunjukkan posisi yang kuat dalam benak pelanggan (kriteria pangsa pikiran) dan dalam pasar yang rendah berkaitan erat dengan perilaku pembelian pelanggan (kriteria pangsa pasar), sehingga diduga memunculkan minat beli yang rendah pula.

Sikap konsumen dalam mengosumsi produk menunjukkan perilaku minat beli konsumen (Ananda & Wisudawati, 2022) yang dilalui dalam membeli suatu produk berdasarkan berbagai pertimbangan. Salah satu cara untuk memunculkan minat beli konsumen dan mempertahankannya adalah dengan membentuk kualitas produk yang baik dibenak konsumen. Kualitas produk Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour pun sedikit megalami permasalahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen mengatakan bahwa lipstiknya tidak *waterproof* sehingga menempel di masker dan gampang hilang pada bibir artinya tidak tahan lama (kurang handal) sehingga memungkinkan mengurangi minat beli produk lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour.

Konsumen membeli produk yang bernilai dan mencerminkan gaya hidupnya (Kotler & Armstrong, 2018), pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya, dan pilihan itu sangat penting untuk menentukan identitasnya (Solomon, 2018). Menggunakan lipstik dalam aktifitas sehari-hari merupakan bagian dari gaya hidup yang dapat menunjang penampilan. Namun, lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour kurang *update* dalam menciptakan jenis lipstik, dilihat dari varian lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour memiliki sedikit variasi. Hal ini pun terkait dengan harga yang ditetapkan perusahaan cukup mahal dibandingkan Maybelline dan Wardah yang disebabkan adanya kenaikan harga bahan baku. Revlon kesulitan mencari pasokan bahan baku dan rantai pasok yang terganggu sehingga mempengaruhi produksi kosmetik (Idris, 2022).

Kualitas produk, gaya hidup yang tercermin dalam penggunaan produk, dan harga produk diduga dapat memengaruhi minat beli konsumen, khususnya produk Revlon Ultra HD Matte Lip Colour sehingga penelitian ini perlu dilakukan.

24

2 Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Kemampuan produk atau jasa bagi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya yang dinyatakan ataupun tersirat dikenal dengan kualitas produk (Kotler & Armstrong, 2018), sehingga memunculkan konsumen berniat membeli produk. Foster et al. (2019) dalam penelitiannya menunjukkan kualitas produk Lazada dapat memunculkan minat beli konsumen, sehingga dapat dibuat suatu hipotesis yaitu :

H1 : Kualitas produk dapat memunculkan minat beli lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour

2.2 Gaya Hidup terhadap Minat Beli

Gaya hidup sampai batas tertentu menentukan pola atau tren konsumsi yang dapat diamati oleh organisasi individu, ruang dan waktu, aktivitas waktu luang, jam kerja, perumahan, penampilan, dan aktivitas sehari-hari lainnya (Bukhari et al., 2020). Produk yang merefleksikan tren gaya hidup seseorang dalam beraktifitas sehari-hari dapat menimbulkan minat beli konsumen. Nur et al. (2021) dalam penelitiannya mengenai produk makanan halal di Jakarta menunjukkan adanya pengaruh gaya hidup dengan minat beli, sehingga dapat dibuat sebuah hipotesis yaitu :

H2 : Gaya hidup dapat memunculkan minat beli lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour

2.3 Harga terhadap Minat Beli

3

Seleksi harga yang menjadi salah satu faktor dalam memunculkan minat beli dilakukan konsumen dengan sangat jeli. Tinggi rendahnya harga produk yang ditetapkan perusahaan akan memengaruhi minat beli konsumen. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa harga memengaruhi minat beli konsumen pada produk Lazada (Foster et al., 2019).

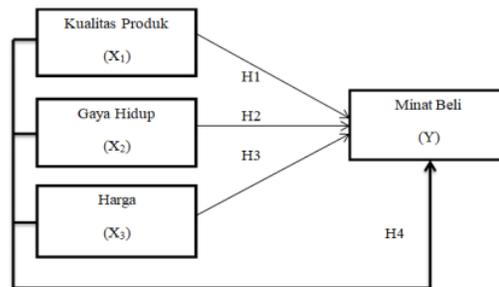
H3 : Harga dapat memunculkan Minat Beli lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour

2.4 Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Minat Beli

Keinginan konsumen membeli suatu produk diduga dapat dimunculkan oleh kualitas produk, gaya hidup yang diadopsinya dan harga produk, sehingga dalam penelitian ini dibuat hipotesis sebagai berikut :

H4 : Kualitas produk, gaya hidup, dan harga dapat memunculkan minat beli lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour

Pemaparan di atas, maka dapat dituangkan dalam gambar berikut :



Gambar 1 : Paradigma Penelitian

3. Metode Penelitian

Metode regresi linier berganda (*multiple regression*) digunakan dalam penelitian ini agar dapat mengetahui signifikansi atau pengaruh antara masing-masing variabel independen yaitu kualitas produk, gaya hidup dan harga terhadap variabel dependen minat beli.

Pengguna Revlon Ultra HD Matte Lip Colour di Kota Bandung dijadikan populasi jumlah yang tidak diketahui, sehingga dengan menggunakan rumus Cochran diperoleh sampel sebesar 385 orang.

Metode survey dilakukan agar diperoleh informasi dari sampel yang sudah ditentukan yaitu informasi mengenai variabel yang diteliti dengan menyebarkan kuesioner melalui G-form (data primer). Sedangkan data sekunder diperoleh melalui web site perusahaan dan jurnal. Berkenaan dengan dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka diperlukan uji validitas dan reliabilitas, uji parsial (t) dan uji simultan (F).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Profil Responden

Tabel 1 : Karakteristik Responden

		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	380	99,2%
	Laki-laki	5	1,3%
Usia	21 – 25	240	62,4%
	26 – 30	77	20,0%
	31 – 35	35	9,0%
	36 – 41	33	8,6%
Pekerjaan	Karyawan	149	38,6%
	Mahasiswa	120	31,2%
	Ibu Rumah Tangga	36	9,4%
	Wiraswasta	75	19,5%
	Guru	5	1,3%

Data responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas perempuan, sesuai target utama dari lipstik Revlon Ultra HD Matte Lip Colour. Putri (2017) dalam penelitiannya mengenai kosmetik menunjukkan hasil yang sama yaitu pengguna kosmetik mayoritas adalah perempuan, hal yang sama disampaikan oleh Shaaban et al. (2022) dalam penelitiannya mengenai penilaian risiko kesehatan pengguna lipstik di Arab Saudi di mana perempuan sebagai pengguna lipstik dalam aktifitas sehari-hari.

Usia responden mayoritas 21-25 tahun sebanyak 62,4%. Hal yang sama ditunjukkan oleh Azizah Ayu Ashari & Tri Sudarwanto (2022) dalam penelitiannya mengenai produk Lip Cream di Kabupaten Tulungagung.

Karyawan dan mahasiswa mendominasi berdasarkan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour banyak digunakan oleh karyawan dan juga mahasiswa yang cenderung mementingkan penampilan dalam keseharian untuk bekerja dan beraktifitas kuliah. Hal ini diperkuat oleh Revalina Tri Ajrinajrina (2020) tentang penggunaan produk lipstik oleh karyawan dan mahasiswa di kota Semarang.

4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Setiap butir soal dengan skor total dihitung menggunakan *Pearson Correlation* untuk mengetahui validitasnya dengan jika tingkat signifikansinya di bawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid

Tabel 2 : Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r Tabel ($\alpha = 5\%$)	Pearson Correlation	Sig (2- Tailed)	Keterangan
	Kualitas Produk				
1	X1-1	0,098	0,715	0,000	Valid
2	X1-2		0,807		
3	X1-3		0,863		
4	X1-4		0,831		
5	X1-5		0,815		
6	X1-6		0,848		
7	X1-7		0,843		
8	X1-8		0,809		

9	X1-9		0,786		
---	------	--	-------	--	--

	Gaya Hidup				
1	X2-1	0,098	0,893	0,000	Valid
2	X2-2		0,886		
3	X2-3		0,846		
4	X2-4		0,902		
5	X2-5		0,846		
6	X2-6		0,908		
7	X2-7		0,895		
8	X2-8		0,731		
9	X2-9		0,819		

	Harga				
1	X3-1	0,098	0,815	0,000	Valid
2	X3-2		0,895		
3	X3-3		0,881		
4	X3-4		0,900		

	Minat Beli				
1	X3-1	0,098	0,56	0,000	Valid
2	X3-2		0,927		
3	X3-3		0,924		
4	X3-4		0,909		

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Instrumen yang *reliable* diketahui dengan melakukan pengujian Reliabilitas, yaitu jika nilai *alpha cronbach* $\alpha > 0,60$.

Berdasarkan tabel 3, seluruh variable dinyatakan reliabel karena menghasilkan $\alpha > 0,60$.

16
Tabel 3 : Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	α	N of Item	Keterangan
1	X1 : Kualitas Produk	0,936	9	Reliable
2	X2 : Gaya Hidup	0,955	9	
3	X3 : Harga	0,896	4	
4	Y : Minat Beli	0,926	4	

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

7 4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Kualitas Produk

Data variabel kualitas produk (X1) dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebar ke 385 responden di Kota Bandung yang menggunakan Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour dengan pertanyaan sebanyak 9 instrumen.

Tabel 4 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan tabel 4. variabel kualitas produk memiliki skor 81%, artinya bahwa kualitas produk memiliki nilai yang berada pada kategori tinggi menurut responden pengguna Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour.

Pada pernyataan nomer 8 yaitu Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour memiliki banyak pilihan variasi warna memiliki nilai tertinggi sebesar 92,9%, artinya responden menyetujui bahwa Revlon memiliki banyak pilihan sehingga tidak bosan dalam memilih warna untuk digunakan.

4.3.2 Gaya Hidup

Kuesioner yang disebar ke 385 responden di Kota Bandung yang menggunakan Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour dengan pertanyaan sebanyak 9 instrumen, menghasilkan seperti yang tertera pada tabel 5.

Per.	Penilaian Responden										Skor Total		%
	S = 5		S = 4		R = 3		TS = 2		STS = 1		Skor	Skor	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	Aktual	Ideal	
1	92	460	248	992	38	114	2	4	5	5	1.575	1.925	81%
2	87	435	237	948	57	171	4	8	0	0	1.562	1.925	81%
3	70	350	263	1052	51	153	1	2	0	0	1.557	1.925	80,7%
4	62	310	238	952	77	231	8	16	0	0	1.509	1.925	78,1%
5	55	275	258	1032	70	210	2	4	0	0	1.521	1.925	7,9%
6	49	245	245	980	84	252	7	14	0	0	1.491	1.925	77,4%
7	58	290	264	1056	60	180	3	6	0	0	1.532	1.925	79,5%
8	69	345	249	1245	66	198	1	2	0	0	1.790	1.925	92,9%
9	55	275	251	1004	78	234	1	2	0	0	1.515	1.925	78,7%
Skor Total Variabel X1											14.052	17.325	81%

Tabel 5 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup (X2)

Per.	Penilaian Responden										Skor Total		%
	SS = 5		S = 4		R = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor			
1	85	425	233	932	67	201	0	0	0	0	1.558	1.925	80,9%
2	83	415	227	908	72	216	3	6	0	0	1.545	1.925	80,2%
3	71	355	219	876	85	255	10	20	0	0	1.506	1.925	78,2%
4	82	410	226	904	76	228	1	0	0	0	1.542	1.925	80,1%
5	66	330	247	988	72	288	0	0	0	0	1.606	1.925	83,4%
6	74	370	224	896	84	252	3	6	0	0	1.524	1.925	79,1%
7	84	420	215	860	84	252	2	4	0	0	1.536	1.925	79,7%
8	41	205	225	900	116	348	3	6	0	0	1.495	1.925	77,6%
9	71	355	202	808	106	318	4	8	2	2	1.491	1.925	77,4%
Skor Total Variabel X2											13.803	17.325	79,6%

Gaya hidup berada pada kategori tinggi berdasarkan penilaian responden pengguna produk ini dengan skor 79,6%. Pernyataan nomer 5 Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour dapat menunjang penampilan yang disesuaikan dengan pakaiannya memiliki nilai tertinggi sebesar 83,4%. Artinya responden mengakui bahwa produk Lipstik Revlon dapat dijadikan fashion sebagai penunjang penampilan yang disesuaikan dengan pakaian.

4.3.3 Harga

Data variabel Harga (X3) dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebar ke 385 responden di Kota Bandung yang menggunakan Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour dengan pertanyaan sebanyak 4 instrumen.

Tabel 6 : Tanggapan Responden Harga (X3)

Per.	Penilaian Responden										Skor Total		%
	SS = 5		S = 4		R = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor			
1	34	170	231	924	115	465	5	10	0	0	1.569	1.925	81,5%
2	34	170	224	896	125	375	2	4	0	0	1.445	1.925	75%
3	35	175	224	896	123	369	3	6	0	0	1.446	1.925	75,1%
4	29	145	225	900	130	390	1	2	0	0	1.437	1.925	74,6%
Skor Total Variabel X3											5.897	7.700	76,5%

Harga memiliki nilai rata-rata sebesar 76,5% yang artinya harga berada pada kategori tinggi berdasarkan penilaian responden pengguna Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour. Pada pernyataan nomer 1 harga produk dapat dijangkau oleh semua konsumen memiliki nilai tertinggi sebesar 81,5%, artinya responden sepaham dengan produk Lipstik Revlon memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan produk yang sejenisnya.

4.3.4 Minat Beli

Data variabel minat beli (Y) dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebar ke 385 responden di Kota Bandung yang menggunakan Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour dengan pertanyaan sebanyak 4 instrumen.

Tabel 7 : Penilaian Responden mengenai Minat Beli (Y)

Per.	Penilaian Responden										Skor Total		%
	SS = 5		S = 4		R = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal	
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor			
1	23	115	236	944	125	375	0	0	1	1	1.435	1.925	75,5%
2	27	135	215	860	139	417	4	8	0	0	1.420	1.925	73,7%
3	33	165	197	788	151	453	4	8	0	0	1.414	1.925	73,4%
4	29	145	216	864	137	411	3	6	0	0	1.426	1.925	74%
Skor Total Variabel Y											5.695	7.700	73,9%

Minat beli mempunyai skor sebesar 73,9% yang artinya minat beli berada pada kategori tinggi berdasarkan penilaian responden pengguna Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour. Pada pernyataan nomor 1, iklan produk kosmetik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour mempunyai keunikan dalam menarik perhatian konsumen memiliki nilai tertinggi sebesar 75,5%. Artinya responden memberikan gambaran bahwa produk Lipstik Revlon iklannya menarik konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

7

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Analisis Regresi Berganda

4

Tabel 8 menyajikan hasil analisis regresi linear berganda dengan persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 1,282 + 0,040X_1 + 0,034X_2 + 0,748X_3 + \epsilon$$

6

Tabel 8 : Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,282	,522		2,455	,015
	Kualitas Produk (X1)	,040	,020	,079	2,063	,040
	Gaya Hidup (X2)	,034	,021	,072	1,601	,110
	Harga (X3)	,748	,040	,738	18,489	,000

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

21

4.4.2 Pengujian T (Parsial)

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah terjadi signifikansi antara hubungan variabel independen terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Merujuk pada Tabel 8, variabel (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,063 dan nilai signifikansinya $0,040 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel kualitas produk (X1) yaitu $2,063 > 1,648$ (t tabel). Hasil tersebut memberikan suatu simpulan bahwa (X1) berpengaruh terhadap (Y). Sejalan dengan penelitian Foster et al. (2019) pada produk Lazada, Kurniawati (2020) pada produk Zoya, dan Milanie (2021) pada produk RA Jeans di salah satu mall di Medan yang menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mendorong niat beli konsumen.

Signifikansinya sebesar 0,110 (lebih besar dari 0,05) dan t hitung senilai 1,601 (lebih kecil dari t tabel) dimiliki variabel gaya hidup artinya variabel ini tidak memunculkan minat beli. Hal yang sama terjadi pada penelitian mengenai makanan organik di Rumania di mana gaya hidup secara tidak langsung tidak memengaruhi minat beli konsumen (Fleseriu et al., 2020).

Variabel Harga memiliki t hitung sebesar 18,489 di atas t tabel dan signifikansi sebesar 0,000, di bawah 0,05. Simpulan dari perhitungan menunjukkan harga dapat memunculkan minat beli. Hasil penelitian Panjaitan et al. (2022) mengenai minat beli pada Bloum's Cafe & Resto Medan yang menunjukkan adanya pengaruh antara harga dan minat beli.

4.4.3 Pengujian F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk (X1), gaya hidup (X2), dan harga (X3) terhadap minat beli (Y) secara bersamaan.

Tabel 9 : Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2903,050	3	967,683	302,366	,000 ^b
	Residual	1219,340	381	3,200		
11	Total	4122,390	384			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup

Sumber: Data Primer Yang Diolah dari SPSS 25 (2022)

Hasil uji F pada tabel 9 menunjukkan variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai F hitung sebesar 302,366 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Artinya variabel kualitas produk, gaya hidup, dan harga dapat memengaruhi Minat beli produk Lipstik Revlon Ultra Hd Matte Lip Colour secara bersamaan.

5. Simpulan dan Saran

Penilaian responden mengenai variabel independen dan dependen berada pada kategori tingkat tinggi. Pengujian T menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), dan harga (X3) memengaruhi minat beli (Y) secara parsial. Sedangkan gaya hidup (X2) tidak memengaruhi minat beli (Y), namun secara bersamaan ketiga variabel tersebut memengaruhi minat beli.

Saran diberikan kepada peneliti selanjutnya untuk mengambil variabel variable yang belum diteliti di sini dengan objek yang berbeda pula.

222_7 cek plagiasi (3)

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	3%
2	e-journal.stie-aub.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Nusa Cendana Student Paper	2%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	journal.uniga.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	1%
8	e-journal.hamzanwadi.ac.id Internet Source	1%
9	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%

10	Dedi Joko Hermawan. "PENGARUH JUMLAH PERSEDIAAN BAHAN BAKU DAN KAPASITAS MESIN TERHADAP VOLUME PRODUKSI PADA UD. CAHAYA RESTU KOTA PROBOLINGGO", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018 Publication	1 %
11	repository.usd.ac.id Internet Source	1 %
12	jesik.web.id Internet Source	1 %
13	digilib.uns.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1 %
15	123dok.com Internet Source	<1 %
16	jurnal.uii.ac.id Internet Source	<1 %
17	nanopdf.com Internet Source	<1 %
18	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
19	4utoday.com Internet Source	<1 %

20	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
21	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
22	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
23	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
24	Ermawati Ermawati, Riza Putri Utami, Irham Pakawaru. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 2020 Publication	<1 %
25	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off