

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ERAFONE GRAPARI TELKOMSEL BATAM CENTER

Rizki Abiyyu Maulana¹, Asron²

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

E-mail : pb160910471@upbatam.ac.id

ABSTRAK

The studying whas carried out at the Erafone Grapari Telkomsel Batam Center, which is a special card servicing location for Telkomsel card holders that also sells various sorts of telephones. The owner of the firm prioritizes overall quality of the service in order to release the positive impression in the hearts of its clients; all categories of unhappy customers are always treated with extreme care in time to prevent disappointing them. Furthermore, numerous promotions are decided to offer to allow the client remember and use the things created. It is all done to ensure ensuring client happiness is maximized. The goal of this study was to examine the extent to which the company's service quality and promotions had an impact on customer satisfaction. In this study, quantitative approaches were used to solve existing problems by conducting interviews and surveys utilizing data observation techniques. The number of respondents in this survey was 202, and the Slovin formula was used to calculate the results. Finally, the findings of simultaneously evaluating the service quality and promotion variables on customer satisfaction show that service quality and promotion have an impact on customer satisfaction.

Keywords : *Customer Satisfaction; Promotion; Service Quality.*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia artinya penggerak primer berlangsungnya organisasi sebuah kegiatan. Kelompok atau organisasi artinya jalannya gabungan kerja individu serta gerombolan buat mengerjakan tugas segitunya sebagai akibatnya menyampaikan kerjaan terbagus yg efektif, tertib, absolute, serta terarah. Kelompok artinya suatu tempat yg di dalam ada kegiatan warga pada kerja kelompok buat nyapai tujuannya eksklusif yg sudah dipengaruhi beserta.

Kecerdasan emosi yg baik ini artinya kapital primer seorang atau karyawan buat bisa mengelola serta mendayagunakan potensi dirinya secara optimal dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas kerja sehari-hari dalam mencapai tujuan organisasi. dengan istilah lain tanpa adanya kecerdasan

emosi yg baik asal seseorang karyawan dalam bekerja maka mimpi pimpinan mengharapkan karyawan bisa bekerja produktif dalam mencapai tujuan organisasi tak akan terealisasi menggunakan baik. Kecerdasan emosi yg baik akan menghasilkan seorang bisa membentuk keputusan yg tegas serta tepat walaupun dalam keadaan stress dalam setiap tantangan kerja.

Pertarungan ditempat kerja yg bersifat negatif, emosional, serta Mengganggu kolaborasi akan merugikan perusahaan. pertarungan yg tak teratasi akan menyebabkan pertikaian, perkelahian serta putus harapan. Semuanya bakal menyebabkan kerugian perseroan. Hal kaya gini lah yg bakal mensugesti kemampuan sdm pada kelompok diantara kecermatan emosional diantaranya berperan penting sangat.

pada UU dasar buruh menyelesaikan pertarungan yg bersifat merugikan di pada suatu perusahaan diatur dalam UUTK NO 13 tahun 2013 Pasal 136 ayat 1 serta dua yg berbunyi bahwa,

Erafone Grapari Telkomsel Batam Center maksudnya keliru satu kongsi partikelir yang berkiprah pada bidang perdagangan ritel terbaru alat- alat telekomunikasi selular terbanyak di dasar naungan PT Erajaya Swasembada Tbk yg terintegrasi. ada jumlah karyawan sebesar 40 orang seerafone batam pasti aneka ragam karakter yg sangat tidak sinkron satu sama lain diantara karyawan karna dalam global pekerjaan penuh mengenakan interaksi sosial dimana orang wajib cakap dalam menanggulangi diri sendiri jua orang lain.

Karyawan yg genius secara intelektual pada bidangnya bakal sanggup bekerja mengenakan baik, tapi Bila kepingin di pencapaian karir yg lebih jauh alkisah diharapkan sokongan asal rekan kerja, bawahan jua atasannya. Disinilah kecerdasan emosional menyokong seseorang buat menggapai keberhasilan lebih jauh. Alkisah dilema yang terjalin di Erafone Grapari Telkomsel Batam Center, yakni mangkir kerja, mencuri waktu kerja, mencuri barang, menyabotase perkerjaan, hingga keluhan karyawan. Karyawan yg ada kecerdasan emosi agung, bakal lebih sanggup mengatur perilakunya selaku dampaknya sanggup menghancurkan perilaku- sikap non-produktif yg tak butuh selaku dampaknya di akhirnya bakal memacu kinerja serta akibatnya pasti di kenaikan kinerja.

Mutu alias yg biasa pula diklaim dengan kualitas yakni taraf baik alias

KAJIAN TEORI

2.1 Kualiiitas Pelayanan

Kualitas layanan termasuk pada cara sebuah perusahaan agar memenuhi kebutuhan asa asal para

buruknya derajat suatu perihal. Mutu pelayanan ialah tentang yang amat diutamakan. Terpenuhinya hasrat dan kebutuhan pelanggan dan juga sinkron sasaran buat terciptanya kepuasan pelanggan maksudnya bawah asal mutu pelayanan (Tjiptono, 2017:180). Mengujarkan mutu pelayanan yg baik, kilat dan juga positif bakal mengantarkan dan mempertinggi kepuasan kepada konsumen dan setia biar mengaplikasikan pembelian alias transaksi balik dan juga jua bakal mempertinggi penghasilan asal penjualan. Mutu pelayanan yakni asa yg dialami sang konsumen bakal pelayanan yg diberikan dan juga punya impak akbar buat kongsi dalam bersaing. mutu pelayanan maksudnya seluruh wujud pelayanan yg dicoba sang seseorang alias penyelenggara jasa secara aporisma dengan segala keunggulan dalam rangka penuhi kebutuhan dan juga asa pelanggan (Situmorang, 2017:39). Asal pertarungan diatas kedua tentang tadi bakal sangat mempengaruhi di kepuasan konsumen yg terdapat. Ada pula tujuan riset yakni jadi berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualiiitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Erafone Grapari Telkomsel Batam Center.
2. Buat mengetahui apakah promosii berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Erafone Grapari Telkonsel Batam Center.
3. Biar tau apakah kualitas pelayanan serta kenaikan pangkat secara beserta-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Erafone Grapari Telkomsel Batam Center.

pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diartikan jua mirip dosis seberapa baiknya peringkat pelayanan yg diberikan agar mencukupi sinkron dengan apa yg diperlukan sang konsumen. Kualitas layanan ialah berukuran asal seberapa baik taraf

layanan yg sudah diberikan bisa menyesuaikan menggunakan ekspektasi para pelanggan (Situmorang, 2017:54). Definisi lainnya jua berkata bahwa kualitas pelayanan ialah seberapa jauhnya disparitas antara asal fenomena serta taraf asa pelanggan atas langganan atau pelayanan yg mereka terima atau peroleh (Malau, 2017:67). Adapun indikator-indikator kualitas pelayanan (Tjiptono, 2019:35), menjadi berikut :

1. Keandalan (Reliability)
2. Responsive (Responsiveness)
3. Kepastian/jaminan (Assurance)
4. ikut merasakan (Empathy)
5. konkret (Tangibles)

2.2 Promosi

Galat satu cara asal perusahaan buat mengadakan komunikasi dengan konsumen artinya dengan cara promosi. kenaikan pangkat bisa memberikan gosip berupa pengetahuan tentang produk yg ditawarkan. Adapun pengertian kenaikan pangkat ialah *Promotion refers to activities that communicate the product's benefits and persuade target customers to purchase it*, maksudnya kenaikan pangkat ialah aktivitas yg membicarakan keuntungan asal barang jualan serta memuja tujuan konsumen buat ngebeli dagangan tadi (Kotler, 2017:76). kenaikan pangkat ini juga diartikan bahwa promosi penjualan merupakan bentuk persuasi secara eksklusif menggunakan memakai beberapa insentif atau cara yg bisa diatur buat memengaruhi pembelian produk secara segera atau mempertinggi taraf jumlah barang yang dibeli sang para konsumen (Malau, 2017:103). Adapun indikator-indikator promosi (Pasaribu et al., 2019:149), yaitu :

1. Iklan (advertising)

2. Kenaikan Pangkat Penjualan (sales promotion)
3. Jualan Perseorangan (personal selling)
4. Korelasi Warga (public relations)
5. Jualan Eksklusif (direct marketing)

2.3 Kepuasan Pelanggan

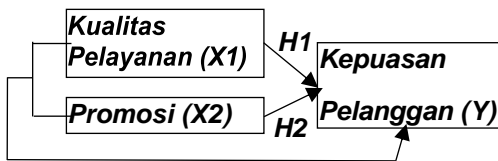
Kepuasan mampu jua diartikan dengan perjuangan pemenuhan sesuatu atau menghasilkan sesuatu supaya memadai. Kepuasan asal asal bahasa Latin yaitu "*Satis*" yg berartikan relatif baik atau memadai, serta ada "*Facio*" yg berartikan melakukan atau menghasilkan. jadi mampu diartikan bahwa kepuasan ialah suatu '*Satisfaction has been defined as a person's happiness or disappointment as a result of measuring a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations*', yg artinya kegembiraan itu ialah rasa asal seorang yang menikmati atawa penyesalan terhadap yang akan terjadi asal pelayanan yang dirasakan sinkron menggunakan ekspektasinya (Kotler, 2017:153). Kepuasan artinya suatu perilaku yang diputuskan sesuai pengalaman yang dihasilkan (Tjiptono, 2017:32). Adapun Indikator-indikator keputusan pembelian menjadi berikut (Tjiptono, 2017:276). :

1. Kesesuaian asa.
2. Minat buat berkunjung balik .
3. Kesediaan buat merekomendasikan.

2.4 Peneliti Terdahulu

Penelitian yang dilakukan ini tentang dampak Kualitas Pelayanan serta promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Erafone Grapari Telkomsel Batam Center. ada beberapa penelitian terdahulu yg sudah dilakukan terkait menggunakan variabel tadi. Berikut ada beberapa kajian asal peneliti terdahulu yang berkaitan menggunakan penelitian ini.

2.5 Kerangka Pemikiran



2.6 Hipotesis

H1: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di erafone grapari telkomsel batam center

H2 : promosi berpengaruh signifikan

Sumber : (Peneliti, 2019)

terhadap kepuasan pelanggan di erafone grapari telkomsel batam center

H3 : kualitas pelayanan serta promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di erafone grapari telkomsel batam center.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada pengadaan sesuatu riset, penelitian yang dulu wajib memilih cara yang bakal dipergunakan, sebab ialah panduan serta aksi yg wajib dilaksanakan pada penelitian yg bakal ngbawain peneliti pada sesuatu konklusi penelitian yg artinya penguraian dilema nan dicari tau. Metode kuantitatif bisa ditafsirkan menjadi metopen yg berdasarkan di ajaran baik. Metode ini dipergunakan buat meneliti di populasi atau sampel eksklusif, pengumpulan data memakai alat peneliti, data penyelidikan sifatnya statistik/ kuantitatif, menggunakan niat buat menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2018:7).

Populasi bukan hanya sekedar jumlah yg terdapat di objek/subjek yang dipelajari, tetapi bisa membahas semua ciri yg dimiliki sang subjek atau objek yg akan diteliti. Populasi pada penelitian ini ialah Pelanggan Erafone Grapari Telkomsel Batam Center sebesar 409 ialah konsumen yang pernah tiba ke Erafone Grapari Telkomsel Batam Centre di peridode januari 2021- Juni 2021. pada penelitian kuantitatif, penyelidikan data artinya aktivitas selesainya data semua narasumber asal berkas bisa dijadikan satu. sehabis data ialah menyelidikinya buat nguji hipotesis penelitian. Penyelidikan data pada pembuatan skripsi yg diolah menggunakan donasi acara perantil lunalc SPSS version 25 (Statistical Package fo Social Sciences).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4. 1 Profil Responden

Dalam riset ini ada berbagai macam tipe responden ialah bersumber pada tipe jenis kelamin yang mencolok berjenis kelamin perempuan ialah sebanyak 118 orang (58,4%).

Berdasarkan umur yang mencolok berumur 21-30 Tahun sebanyak 80 orang (39,6%). Berdasarkan

pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 75 orang (37,1%). Berdasarkan pendapatan Rp.3jt- Rp.5jt sebanyak 92 orang (45,5%). Berdasarkan pekerjaan Pegawai Swasta sebanyak 113 orang (55,9%).

4. 2 Hasil Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel X1	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,815		
2	0,744		
3	0,798		
4	0,650	0,360	Valid
5	0,788		
6	0,760		

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Tabel 2 Hasil Uji Promosi (X2)

Variabel X2	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,677		
2	0,834		
3	0,742		
4	0,601	0,360	Valid
5	0,759		
6	0,705		

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y1)

Variabel Y1	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,590		
2	0,813		
3	0,745	0,360	Valid
4	0,453		
5	0,562		
6	0,643		

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Setelah melakukan uji validitas diperoleh nilai kualitas pelayanan, promosi, serta kepuasan pelanggan R hitung > R tabel dengan jumlah R tabelnya 0,360.

Uji realibilitas artinya pengukur nilai yg jika nilainya diukurberulang-ulang maka yang akan terjadi yang dihasilkan akan sama tak terdapat disparitas walaupun cara yang dipergunakan tidak selaras, akan selalu terlihat tanda-tanda yg sama.

4. 3 Hasil Uji Realibilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach Alpa	Kriteria	Keterangan
Kualitas pelayanan		0,850		
Promosi	6	0,815	0,7	Reliabel
Kepuasan Pelanggan		0,716		

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Penjelasan tabel diatas :

1. Kualitas Pelayanan (X1) yang akan terjadi olah data SPSS versi 25 0,850 lebih akbar asal 0,7 yg menyatakan bahwa pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Promosi (X2) akibat olah data SPSS versi 25 0,815 lebih akbar asal 0,7 yang menyatakan bahwa pernyataan tadi dinyatakan reliabel.
3. Kepuasan Pelanggan (Y1) yang akan terjadi olah data

SPSS versi 25 0,716 lebih besar berasal 0,7 yang menyatakan bahwa reliabel.

4. 4 Hasil Uji Multikolineritas

Pada persamaan regresi tidak dibenarkan adanya multikolinieritas jika memiliki korelasi ataupun hubungan sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas. Kalau VIF > dari 10 terjadi gejala multikolineritas, jika VIF < dari 10 menunjukkan tidak terjalin gejala multikolineritas.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan			
Promosi	0,345	2,898	Bebas Multikolineritas

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Tabel diatas bisa dilihat bahwasanya pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai tolerance 0,345 > dari 0,1 dan nilai VIFnya 2,898 < dari 10, serta variabel

promosi memiliki nilai tolerance 0,345 > dari 0,1 serta nilai VIFnya 2,898 < dari 10. Maka berdasarkan hasil disimpulkan tak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 6 Uji Glejser

Model	Sig	Kesimpulan
(Constant)		

Kualitas Pelayanan (X1)	.601	Tidak Terjadi
Promosi (X2)	.197	

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Berdasarkan hasil SPSS 25 nilai signifikansi variabel citra merek sebesar 0,601 dan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,052. Berdasarkan hasil ini bahwa nilai signifikansi variabel X1 yaitu 0,601 >

0,05, maka bisa disimpulkan tidak ada terjadi heteroskedastisitas. Nilai signifikansi variabel X2 yaitu 0,197 >0,005 maka dapat disimpulkan tidak ada terjadi heteroskedastisitas.

4. 6 Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.496	.612		7.343	.000
Kualitas Pelayanan	.325	.045	.357	7.218	.000
Promosi	.539	.044	.599	12.136	.000

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

$$Y = 4,496 + 0,325X_1 + 0,539X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Promosi

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar 4,496 menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel kualitas pelayanan (X1) dan promosi (X2) maka nilai dari kepuasan pelanggan (Y) adalah 4,496.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) bersifat positif sebesar 0,325 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki hubungan searah

dengan kepuasan pelanggan (Y) dan setiap penambahan nilai kualitas pelayanan (X1) akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,325 dengan asumsi variabel lain tetap tidak berubah.

3. Nilai koefisien regresi variabel promosi (X2) bersifat positif sebesar 0,539 menyatakan bahwa variabel promosi (X2) memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan (Y) dan setiap penambahan nilai promosi (X2) akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,539 dengan asumsi variabel lain tetap tidak berubah.

4. 7 Analisis Determinasi (R²)

Uji dipakai guna memperoleh banyaknya jumlah ataupun persentase

pengaruh serentak variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.832	.831	1.57341

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Bisa dicermati bahwa skor R2 0,832 atau 83,2% skor tersebut bisa dimaknakan kalau kualitas pelayanan serta promosi senilai 0,832 atau 83,2%

yang kemudian sisanya 0,168 atau 16,8% divariabel lain yang tak ada dalam penelitian ini.

4. 8 Uji T

Sekiranya skor signifikan > dari 0,05 kesimpulanya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel

terikat. Namun sekiranya skor signifikan < dari 0,05 kesimpulanya variabel bebas berpengaruh signifikan pada variabel terikat.

Tabel 9 Hasil Uji T (Parsial)

<i>Model</i>	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>ig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	
(Constant)	4.496	.612		.343
Kualitas Pelayanan	.325	.045	.357	.218
Promosi	.539	.044	.599	2.136

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Apabila Variabel kualitas pelayanan (X1) terlihat dalam nilai t hitung 7,218 > asal t tabel = 1,972, menggunakan signifikansi 0,000 < 0,05, Ho ditolak serta Ha diterima, hingga kualitas pelayanan yang tercantum mempunyai akibat yang signifikan di kepuasan pelanggan. Arah koefisien regresi positif memastikan kalau kualitas pelayanan mempunyai akibat positif yg signifikan pada kepuasan pelanggan. sang karena itu, hipotesis pertama

diterima. jika kenaikan pangkat (X2) dapat dipandang menggunakan nilai t hitung 12,136 > berasal tabel = 1,972, serta karena skor signifikan 0,000 < 0,05, Ho ditolak dan Ha diterima, hingga promosi mempunyai efek yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Arah faktor regresi positif bermakna bahwa kenaikan pangkat mempunyai efek positif yg signifikan dikepuasan pelanggan. Maka hipotesis kedua diterima.

4. 9 Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dipergunakan mengetahui bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara bersama. Seandainya skor signifikan > 0,05 disimpulkan bahwa secara

bersamaan tak ada pengaruh antar variabel terikat namun sebaliknya jikalau skor signifikan < 0,05 secara bersamaan memperoleh pengaruh simultan terhadap variabel dependent

Tabel 10 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	2447.691	2	1223.845	494.36	.000 ^b
	Residual	492.646	199	2.476	1	
	Total	2940.337	201			

Sumber : Hasil olah data oleh SPSS versi 25, 2021

Dihasilkan skor F hitung = 494,361 serta skor F tabel = 2,64. Jadi F hitung > F tabel, (sig) sebesar 0,000 < 0,05. Jadi

simultan variabel kualitas pelayanan serta promosi beserta-sama berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis ini akan diterima.

4. 10 Pembahasan

Dari uji T diatas, sesuai pembahasan tabel diatas didapatkan perolehan variabel kualitas pelayanan (X1) ditunjukkan menggunakan perolehan skor t hitung sebanyak 7,218 lebih akbar asal t tabel = 1,972 serta nilai signifikansi 0,000 lebih mungil berasal 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Jadi hipotesis pertama diterima yg berarti variabel independen (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kualitas pelayanan termasuk pada cara sebuah

perusahaan supaya memenuhi kebutuhan harapan dari para pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diartikan juga seperti dosis seberapa baiknya peringkat pelayanan yang diberikan agar mencukupi sesuai menggunakan apa yg dibutuhkan sang konsumen. Kualitas layanan merupakan ukuran asal seberapa baik tingkat layanan yg sudah diberikan bisa menyesuaikan menggunakan ekspektasi para pelanggan.

SIMPULAN

1. Secara parsial Variabel kualitas pelayanan memiliki efek yg signifikan terhadap kepuasan pelanggan erafone grapari telkomsel Batam Centre.
2. Secara parsial Variabel promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

- erafone grapari telkomsel Batam Centre.
3. Secara bersamaan Variabel kualitas pelayanan dan kenaikan pangkat secara bersama atau simultan mempunyai pengaruh yg signifikan terhadap kepuasan pelanggan erafone grapari telkomsel Batam Centre.

DAFTAR PUSTAKA

- (Tiorma, 2018). *Impak Kualitas Pelayanan dan kenaikan pangkat Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Wap Logistikindo.*
- (Razak, 2019). *Imbas Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.*
- (Novianti, Endri, & Darlius, 2018). *Kepuasan Pelanggan Memediasi dampak Kualitas Pelayanan dan kenaikan pangkat Terhadap Loyalitas Pelanggan.*
- (Pasaribu, Sianipar, Siagian, Sartika, & Abstrak, 2019) *Impak kenaikan pangkat dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.*
- (Basrah Saidani (JRMSI) / 2019). *Analisis efek Kualitas Website serta kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada membentuk Minat Pembelian.*
- (Loisa & Matius / 2021). *Efek contoh kenaikan pangkat Flash Sale Terhadap Minat Pembeli dan Keputusan Pembeli di Marketplace Online.*
- (Hasugian, 2018). *Perancangan Website sebagai Media promosi dan berita.*
- (Sumarmin, 2019). *Analisis Implementasi Elektronik Government Terhadap Pelayanan KTP elektronik.*
- (Tiorma, 2018). *Impak Dimensi Kualitas Pelayanan Website Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa.*

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ERAFONE GRAPARI TELKOMSEL BATAM CENTER

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

15 %
INTERNET SOURCES

4 %
PUBLICATIONS

20 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	13 %
2	ejournal.upbatam.ac.id Internet Source	1 %
3	www.scribd.com Internet Source	1 %
4	vdocuments.site Internet Source	1 %
5	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1 %
6	Submitted to University of Technology, Sydney Student Paper	1 %
7	eprints.uns.ac.id Internet Source	1 %
8	repository.upbatam.ac.id Internet Source	1 %

9

Submitted to Myongji University Graduate School

Student Paper

1 %

10

jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id

Internet Source

1 %

11

Submitted to Laureate Higher Education Group

Student Paper

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ERAFONE GRAPARI TELKOMSEL BATAM CENTER

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8
