

LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

PENELITIAN TERDAHULU

Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai pedoman atau acuan yang dapat membantu peneliti dalam menyusun kerangka pemikiran dalam penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran pada Toko *Online* (Studi pada Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia) :

a. Lupi dan Nurdin (2016)

Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan *E-commerce* pada Tokopedia”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran *e-commerce* jenis *Business to Customer* (B2C) untuk memberi gambaran tentang cara meningkatkan efektifitas dan efisiensi strategi pemasaran melalui *e-commerce*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *library research* serta *field research* menggunakan teknik observasi dan wawancara. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, hasilnya adalah analisis terhadap strategi pemasaran dan penjualan pada tokopedia merupakan pasar/*mall online* terbesar di Indonesia yang memungkinkan individu maupun pemilik usaha di Indonesia untuk megolah toko *online* secara mudah dan gratis, sekaligus memberi pengalaman berbelanja *online* lebih aman, nyaman, dan yang menyenangkan.

b. Mulyana dan Suyanto (2019)

Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Buaran Pemasaran pada *Marketplace*”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dengan dimensi 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) pada *marketplace* shopee. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *snowball sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan

SPSS 20. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasilnya adalah variabel bauran pemasaran terdapat perbedaan dan signifikan pada *marketplace* Shopee.

c. Nasution, dkk (2017)

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Pada Volume Penjualan *Online*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada volume penjualan *online* dari atribut produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam penelitian ini menyebarkan kusioner kepada 71 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapat dari hasil penelitian ini bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap strategi pemasaran pada volume penjualan *online* pengrajin sepatu, Medan.

d. Mulyandi dan Estika (2020)

Melakukan penelitian dengan judul “Analisis *E-Marketing Mix* pada *E-Commerce* di Indonesia” yang bertujuan untuk mengetahui strategi *e-marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) terhadap minat beli konsumen *E-commerce* Indonesia. Responden dalam penelitian ini sebanyak 145 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat hasil variabel *e-marketing mix* yaitu *place, price, dan promotion* tidak terdapat perbedaan signifikan antara *e-commerce* Indonesia, sedangkan *product, people, process, dan physical evidence* terdapat perbedaan pada *e-commerce* Indonesia. Maka dari itu manajemen dari *e-commerce* Indonesia perlu meningkatkan *place, price, dan promotion* dengan tujuan agar keinginan konsumen dapat terpenuhi.

e. Nurul dan Fauzi (2018)

Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran pada Perilaku *Online Shopping*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran yang terdiri dari produk, distribusi, harga, dan promosi pada perilaku konsumen berbelanja secara *online*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 70 orang responden. Peneliti menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder yang dilakukan melalui wawancara dan dokumen perusahaan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Dari hasil yang telah dilakukan, maka hasilnya yaitu bauran pemasaran dengan mengkombinasi bauran produk, distribusi, harga, dan promosi terdapat perbedaan signifikan pada perilaku pembelian konsumen yang dilakukan melalui situs jual beli *online*.

Lampiran 2

Matriks Penelitian Terdahulu

Dibawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan pada lampiran 1 (satu), berikut adalah gambaran dalam matriks penelitian terdahulu pada tabel dibawah ini:

Tabel Matriks Penelitian Terdahulu Terkait Strategi Pemasaran

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sampel dan Alat Uji	Variabel	Hasil dan Kesimpulan	
1.	Lupi dan Nurdin (2016)	Responden pengguna <i>e-commerce</i>	Produk	Signifikan (+)	
			Analisis berdasarkan <i>library research</i> dan <i>field research</i>	Harga	Signifikan (+)
				Distribusi	Signifikan (+)
				Promosi	Signifikan (+)
2.	Mulyana dan Suyanto (2019)	100 Responden Analisis regresi linear berganda	<i>Product</i>	Signifikan (+)	
			<i>Price</i>	Signifikan (+)	
			<i>Place</i>	Signifikan (+)	
			<i>Promotion</i>	Signifikan (+)	
			<i>People</i>	Signifikan (+)	
			<i>Process</i>	Signifikan (+)	
3.	Nasution, dkk (2017)	71 Responden Analisis linier berganda	Produk	Signifikan (+)	
			Harga	Signifikan (+)	
			Distribusi	Signifikan (+)	
			Promosi	Signifikan (+)	
4.	Mulyandi dan Estika (2020)	145 Responden Analisis regresi linier sederhana	<i>Place</i>	Tidak Signifikan (-)	
			<i>Price</i>	Tidak Signifikan (-)	
			<i>Promotion</i>	Tidak Signifikan (-)	
			<i>Product</i>	Signifikan (+)	
			<i>People</i>	Signifikan (+)	
			<i>Process</i>	Signifikan (+)	
5.	Nurul dan Fauzi (2018)	200 Responden Analisis regresi linier berganda	Produk	Signifikan (+)	
			Harga	Signifikan (+)	
			Distribusi	Signifikan (+)	
			Promosi	Signifikan (+)	

Sumber : Data diolah

KUESIONER

Yth Saudara/i Responden

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Saya Siti Karlina mahasiswa angkatan 2016 sedang melakukan penelitian mengenai “Analisis perbandingan Strategi Pemasaran pada Toko *Online* (Studi pada Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia).” Kuesioner ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

- a. Bagian pertama, berisi sejumlah pertanyaan mengenai identitas Anda.
- b. Bagian kedua, berisi pernyataan mengenai analisis perbandingan strategi pemasaran pada Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia

Sehubungan akan dilakukan penelitian tersebut, maka saya mohon bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Bantuan dan partisipasi Saudara/i sangat berguna dalam memberikan hasil penelitian ini. Seluruh jawaban dalam kuesioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian permohonan saya, atas waktu dan ketersediaannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Siti Karlina

A. Bagian Pertama

Petunjuk Pengisian :

1. Lengkapi identitas diri Anda pada bagian awal dari kuesioner ini.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum Anda menjawab.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang Anda anggap benar dan Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan atau pernyataan.
4. Isilah kuisisioner dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
5. Keterangan jawaban:

Penilaian	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Laki Laki

Perempuan

Status Pekerjaan :

Pelajar/Mahasiswa

PNS

Pegawai Swasta

Wirausaha

Lainnya, sebutkan....

Usia

17-25 Tahun

26-36 Tahun

36-45 Tahun

> 45 Tahun

Penghasilan

< Rp. 1.000.000

Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000

Rp. 3.000.001 – Rp. 5.000.000

> Rp. 5.000.000

Dimana Anda pernah berbelanja secara *online*

Shopee

Lazada

Bukalapak

Tokopedia

B. Bagian Kedua

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
STRATEGI PEMASARAN PRODUK						
Kualitas produk						
1	Shopee menawarkan produk yang berkualitas					
2	Bukalapak menawarkan produk yang berkualitas					
3	Lazada menawarkan produk yang berkualitas					
4	Tokopedia menawarkan produk yang berkualitas					
Variasi Produk						
5	Shopee menawarkan beragam jenis produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					
6	Bukalapak menawarkan beragam jenis produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					
7	Lazada menawarkan beragam jenis produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					
8	Tokopedia menawarkan beragam jenis produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					
STRATEGI PEMASARAN HARGA						
Harga Terjangkau						
9	Harga produk yang ditawarkan Shopee terjangkau oleh konsumenn					
10	Harga produk yang ditawarkan Bukalapak terjangkau oleh konsumenn					
11	Harga produk yang ditawarkan Lazada terjangkau oleh konsumen					
12	Harga produk yang ditawarkan Tokopedia terjangkau oleh konsumen					
Harga Sesuai dengan Manfaat						
13	Harga produk pada Shopee sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen					
14	Harga produk pada Bukalapak sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen					
15	Harga produk pada Lazada sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen					
16	Harga produk pada Tokopedia sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen					

STRATEGI PEMASARAN DISTRIBUSI						
Pendistribusian						
17	Shopee melakukan pendistribusian produk dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen					
18	Bukalapak melakukan pendistribusian produk dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen					
19	Lazada melakukan pendistribusian produk dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen					
20	Tokopedia melakukan pendistribusian produk dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen					
Lokasi jangkauan						
21	Shopee memiliki jangkauan yang luas keberbagai daerah dalam pengiriman produk					
22	Bukalapak memiliki jangkauan yang luas keberbagai daerah dalam pengiriman produk					
23	Lazada memiliki jangkauan yang luas keberbagai daerah dalam pengiriman produk					
24	Tokopedia memiliki jangkauan yang luas keberbagai daerah dalam pengiriman produk					
STRATEGI PEMASARAN PROMOSI						
Kupon						
25	Shopee selalu memberikan kupon gratis ongkos kirim kepada konsumen					
26	Bukalapak selalu memberikan kupon gratis ongkos kirim kepada konsumen					
27	Lazada selalu memberikan kupon gratis ongkos kirim kepada konsumen					
28	Tokopedia selalu memberikan kupon gratis ongkos kirim kepada konsumen					
Potongan Harga						
29	Shopee memberikan potongan harga tanpa minimum pembelian					
30	Bukalapak memberikan potongan harga tanpa minimum pembelian					
31	Lazada memberikan potongan harga tanpa minimum pembelian					
32	Tokopedia memberikan potongan harga tanpa minimum pembelian					

Lampiran 4

Data Kuesioner 40 Responden

Variabel Strategi Pemasaran Produk

No	KPS	KPB	KPL	KPT	VPS	VPB	VPL	VPT
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	4	5	4	5	4
3	4	4	2	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	3	4	5
6	3	3	2	5	4	4	4	4
7	4	4	3	5	4	4	3	4
8	5	4	3	4	5	5	5	5
9	5	2	4	5	5	3	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	5	5	5	5
12	3	3	3	3	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	3	4	3	3	3
15	3	3	3	3	5	3	3	5
16	4	3	4	3	4	4	5	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3
18	5	4	5	4	5	4	5	4
19	5	4	3	4	5	4	3	4
20	4	5	3	4	4	5	3	4
21	5	4	4	5	5	4	4	5
22	3	3	3	3	5	4	4	4
23	4	4	4	4	5	5	5	5
24	4	4	4	4	5	4	4	5
25	4	4	4	4	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	3	3	5
27	4	3	3	4	4	3	3	3
28	4	4	4	4	5	4	5	4
29	5	4	5	4	4	5	4	5
30	4	3	3	4	5	4	4	4
31	4	3	3	4	5	3	3	5
32	3	3	5	3	3	3	5	3
33	5	4	5	4	5	4	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	5	3	4	4	4	4
36	4	4	3	4	4	4	4	5
37	4	4	4	4	4	4	5	4
38	5	5	5	4	5	5	5	5
39	4	3	4	4	5	3	5	5
40	5	4	4	5	5	4	5	5

Lampiran 5

Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase
Wanita	23	58%
Pria	17	42%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data diolah

b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase
17-25	29	73%
26-36	10	25%
36-45	0	0%
>45	1	2%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data diolah

c. Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan

Keterangan	Frekuensi (Orang)	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	22	55%
Wirasaha	1	3%
PNS	0	0%
Pegawai	17	42%
Lainnya	0	0%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data diolah

d. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Keterangan	Frekuensi (Orang)	Presentase
<1JT	10	25%
1JT-3 JT	12	30%
3JT-5JT	7	18%
>5JT	11	27%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data diolah

e. Karakteristik Responden Menurut Pembelian Secara *Online*

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Shopee	24	60%
Bukalapak	1	2%
Lazada	8	20%
Tokopedia	7	18%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data diolah

Lampiran 6 Indeks Jawaban Responden

a. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Pemasaran Produk

Strategi Pemasaran Produk	Jawaban Responden										Indeks %
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KPS	0	0,00	0	0,00	7	17,50	21	52,50	12	30,00	33,00
KPB	0	0,00	1	2,50	12	30,00	24	60,00	3	7,50	29,80
KPL	0	0,00	2	5,00	13	32,50	16	40,00	9	22,50	30,40
KPT	0	0,00	0	0,00	9	22,50	23	57,50	8	20,00	31,80
VPS	0	0,00	0	0,00	3	7,50	15	37,50	22	55,00	35,80
VPB	0	0,00	0	0,00	11	27,50	21	52,50	8	20,00	31,40
VPL	0	0,00	0	0,00	10	25,00	14	35,00	16	40,00	33,20
VPT	0	0,00	0	0,00	6	15,00	15	37,50	19	47,50	34,60
Rata-Rata Total Indeks											32,50

Sumber: data diolah

b. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Pemasaran Harga

Strategi Pemasaran Harga	Jawaban Responden										Indeks %
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
HTS	0	0,00	0	0,00	3	7,50	15	37,50	22	55,00	35,80
HTB	0	0,00	0	0,00	11	27,50	19	47,50	10	25,00	31,80
HTL	0	0,00	0	0,00	9	22,50	21	52,50	10	25,00	32,20
HTT	0	0,00	0	0,00	6	15,00	19	47,50	15	37,50	33,80
KPMS	0	0,00	0	0,00	4	10,00	22	55,00	14	35,00	34,00
KPMB	0	0,00	0	0,00	8	20,00	24	60,00	8	20,00	32,00
KPML	0	0,00	0	0,00	7	17,50	22	55,00	11	27,50	32,80
KPMT	0	0,00	0	0,00	8	20,00	24	60,00	8	20,00	32,00
Rata-Rata Total Indeks											33,05

Sumber: data diolah

c. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Pemasaran Distribusi

Strategi Pemasaran Distribusi	Jawaban Responden										Indeks %
	STS 1		TS 2		N 3		S 4		SS 5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
PDS	0	0,00	0	0,00	5	12,50	18	45,00	17	42,50	34,40
PDB	0	0,00	0	0,00	10	25,00	21	52,50	9	22,50	31,80
PDL	0	0,00	0	0,00	11	27,50	18	45,00	11	27,50	32,00
PDT	0	0,00	0	0,00	8	20,00	22	55,00	10	25,00	32,40
LJS	0	0,00	0	0,00	3	7,50	15	37,50	22	55,00	35,80
LJB	0	0,00	0	0,00	8	20,00	20	50,00	12	30,00	32,80

LJL	0	0,00	0	0,00	6	15,00	20	50,00	14	35,00	33,60
LJT	0	0,00	0	0,00	6	15,00	17	42,50	17	42,50	34,20
Rata-Rata Total Indeks											33,40

Sumber: data diolah

c. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Pemasaran Promosi

Strategi Pemasaran Harga	Jawaban Responden										Indeks %
	STS		TS		N		S		SS		
	1		2		3		4		5		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KPNS	0	0,00	1	2,50	2	5,00	11	27,50	26	65,00	36,40
KPNB	0	0,00	3	7,50	13	32,50	17	42,50	7	17,50	29,60
KPNL	1	2,50	2	5,00	9	22,50	18	45,00	10	25,00	30,80
KPNT	0	0,00	3	7,50	7	17,50	18	45,00	12	30,00	31,80
PHS	0	0,00	3	7,50	5	12,50	18	45,00	14	35,00	32,60
PHB	0	0,00	5	12,50	12	30,00	18	45,00	5	12,50	28,60
PHL	0	0,00	2	5,00	8	20,00	18	45,00	12	30,00	32,00
PHT	0	0,00	3	7,50	8	20,00	20	50,00	9	22,50	31,00
Rata-Rata Total Indeks											31,60

Sumber: data diolah

Lampiran 7
Hasil Output Model SPSS

a. Tabel Uji Validitas Strategi Pemasaran Produk

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	R-tabel	Keterangan
KPS	0,740	0.312	Valid
KPB	0,597	0.312	Valid
KPL	0,539	0.312	Valid
KPT	0,478	0.312	Valid
VPS	0,620	0.312	Valid
VPB	0,593	0.312	Valid
VPL	0,629	0.312	Valid
VPT	0,656	0.312	Valid

Sumber: Hasil output spss versi 24.0

b. Tabel Uji Validitas Strategi Pemasaran Harga

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	R-tabel	Keterangan
HTS	0,575	0.312	Valid
HTB	0,792	0.312	Valid
HTL	0,832	0.312	Valid
HTT	0,727	0.312	Valid
KPMS	0,670	0.312	Valid
KPMB	0,776	0.312	Valid
KPML	0,882	0.312	Valid
KPMT	0,665	0.312	Valid

Sumber: Hasil output spss versi 24.0

c. Tabel Uji Validitas Strategi Pemasaran Distribusi

Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	R-tabel	Keterangan
PDS	0,638	0.312	Valid
PDB	0,853	0.312	Valid
PDL	0,708	0.312	Valid
PDT	0,752	0.312	Valid
LJS	0,688	0.312	Valid
LJB	0,755	0.312	Valid
LJL	0,880	0.312	Valid
LJT	0,818	0.312	Valid

Sumber: Hasil output spss versi 24.0

Lanjutan
Hasil Output Model SPSS

d. Tabel Uji Validitas Strategi Pemasaran Promosi

Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	R-tabel	Keterangan
KPNS	0,339	0.312	Valid
KPNB	0,793	0.312	Valid
KPNL	0,747	0.312	Valid
KPNT	0,767	0.312	Valid
MPBS	0,734	0.312	Valid
MPBB	0,922	0.312	Valid
MPBL	0,791	0.312	Valid
MPBT	0,850	0.312	Valid

Sumber: Hasil output spss versi 24.0

e. *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Strategi Pemasaran Produk	0,750
Strategi Pemasaran Harga	0,883
Strategi Pemasaran Distribusi	0,896
Strategi Pemasaran Promosi	0,889

Sumber: Hasil Output SPSS versi 24.0

Lampiran 8
Hasil Hitung *Chi Square*

Tabel Penilaian Responden Strategi Pemasaran Produk

Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Shopee	0	0	10	36	34
Bukalapak	0	1	23	45	11
Lazasa	0	2	23	30	25
Tokopedia	0	0	15	38	27

Sumber: data diolah

Tabel Penilaian Responden Strategi Pemasaran Harga

Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Shopee	0	0	7	37	36
Bukalapak	0	0	19	43	18
Lazasa	0	0	16	43	21
Tokopedia	0	0	14	43	23

Sumber: data diolah

Tabel Penilaian Responden Strategi Pemasaran Distribusi

Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Shopee	0	0	8	33	39
Bukalapak	0	0	18	41	21
Lazasa	0	0	17	38	25
Tokopedia	0	0	14	39	27

Sumber: data diolah

Tabel Penilaian Responden Strategi Pemasaran Promosi

Keterangan	STS	TS	N	S	SS
Shopee	0	4	7	29	40
Bukalapak	0	8	25	35	12
Lazasa	1	4	17	36	22
Tokopedia	0	6	15	38	21

Sumber: data diolah

Lanjutan
Hasil Hitung Chi Square

Tabel Uji Chi Square Strategi Pemasaran Produk

Keterangan	Penilaian	Fo	Fe	(Fo - Fe)	(Fo - Fe) ²	$\frac{(Fo - Fe)^2}{fe}$
Shopee	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	10	8	2	4	0,5
	S	36	8	28	784	98,00
	SS	34	8	26	676	84,5
Jumlah						167,00
Bukalapak	STS	0	8	-8	-64	-8,00
	TS	1	8	-7	-49	-6,125
	N	23	8	15	225	28,125
	S	45	8	37	1.369	171,125
	SS	11	8	3	9	1,125
Jumlah						186,25
Lazada	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	2	8	-6	-36	-4,5
	N	23	8	15	225	28,125
	S	30	8	22	484	60,5
	SS	25	8	17	289	36,125
Jumlah						112,25
Tokopedia	STS	0	8	-8	-64	-8,00
	TS	0	8	-8	-64	-8,00
	N	15	8	7	49	6,125
	S	38	8	30	900	112,5
	SS	27	8	19	361	45,125
Jumlah						147,77

Sumber: data diolah

Lanjutan
Hasil Hitung Chi Square

Tabel Uji Chi Square Strategi Pemasaran Harga

Keterangan	Penilaian	Fo	Fe	(Fo – Fe)	(Fo – Fe) ²	$\frac{(Fo - Fe)^2}{fe}$
Shopee	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	7	8	-1	-1	-0,125
	S	37	8	29	841	105,125
	SS	36	8	28	784	98
Jumlah						187
Bukalapak	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	19	8	11	121	15,125
	S	43	8	35	1.225	153,125
	SS	18	8	10	100	12,5
Jumlah						164,75
Lazada	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	16	8	8	64	8
	S	43	8	35	1.225	153,125
	SS	21	8	13	169	21,125
Jumlah						166,25
Tokopedia	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	14	8	6	36	4,5
	S	43	8	35	1.225	153,125
	SS	23	8	15	225	28,125
Jumlah						169,75

Sumber: data diolah

Lanjutan
Hasil Hitung Chi Square

Tabel Uji Chi Square Strategi Pemasaran Distribusi

Keterangan	Penilaian	Fo	Fe	(Fo – Fe)	(Fo – Fe) ²	$\frac{(Fo - Fe)^2}{fe}$
Shopee	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	8	8	0	0	0
	S	33	8	25	625	78,125
	SS	39	8	31	961	120,125
Jumlah						182,25
Bukalapak	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	18	8	10	100	12,5
	S	41	8	33	1.089	136,125
	SS	21	8	13	169	21,125
Jumlah						153,75
Lazada	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	0	8	-8	-64	-8
	N	17	8	9	81	10,125
	S	38	8	30	900	112,5
	SS	25	8	17	289	36,125
Jumlah						142,75
Tokopedia	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	4	8	-4	-16	-2
	N	7	8	-1	-1	-0,125
	S	29	8	21	441	55,125
	SS	40	8	32	1.024	128
Jumlah						173

Sumber: data diolah

Lanjutan
Hasil Hitung Chi Square

Tabel Uji Chi Square Strategi Pemasaran Promosi

Keterangan	Penilaian	Fo	Fe	(Fo – Fe)	(Fo – Fe) ²	$\frac{(Fo - Fe)^2}{fe}$
Shopee	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	4	8	-4	-16	-2
	N	7	8	-1	-1	-0,125
	S	29	8	21	441	55,125
	SS	40	8	32	1.024	128
Jumlah						173,00
Bukalapak	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	8	8	0	0	0
	N	25	8	17	289	36,125
	S	35	8	27	729	91,125
	SS	12	8	4	16	2
Jumlah						121,25
Lazada	STS	1	8	-7	-49	-6,125
	TS	4	8	-4	-16	-2
	N	17	8	9	81	10,125
	S	36	8	28	784	98
	SS	22	8	14	196	24,5
Jumlah						124,5
Tokopedia	STS	0	8	-8	-64	-8
	TS	6	8	-2	-4	-0,5
	N	15	8	7	49	6,125
	S	38	8	30	900	112,5
	SS	21	8	13	169	21,125
Jumlah						131,125

Sumber: data diolah

Lampiran 9

R Tabel dan T Tabel

DF	t tabel satu sisi	t tabel dua sisi	r tabel satu sisi	r tabel dua sisi
1	6.314	12.706	0.988	0.997
2	2.920	4.303	0.900	0.950
3	2.353	3.182	0.805	0.878
4	2.132	2.776	0.729	0.811
5	2.015	2.571	0.669	0.755
6	1.943	2.447	0.622	0.707
7	1.895	2.365	0.582	0.666
8	1.860	2.306	0.549	0.632
9	1.833	2.262	0.521	0.602
10	1.813	2.228	0.497	0.576
11	1.796	2.201	0.476	0.553
12	1.782	2.179	0.458	0.532
13	1.771	2.160	0.441	0.514
14	1.761	2.145	0.426	0.497
15	1.573	2.131	0.412	0.482
16	1.746	2.120	0.400	0.468
17	1.740	2.110	0.389	0.456
18	1.734	2.101	0.378	0.444
19	1.729	2.093	0.369	0.433
20	1.725	2.086	0.360	0.423
21	1.721	2.080	0.352	0.413
22	1.717	2.074	0.344	0.404
23	1.714	2.069	0.337	0.396
24	1.711	2.064	0.330	0.388
25	1.708	2.060	0.323	0.381
26	1.706	2.056	0.317	0.374
27	1.703	2.052	0.312	0.367
28	1.701	2.048	0.306	0.361
29	1.699	2.045	0.301	0.355
30	1.697	2.042	0.296	0.349
31	1.696	2.040	0.291	0.344
32	1.694	2.037	0.287	0.339
33	1.692	2.035	0.283	0.334
34	1.691	2.032	0.279	0.329
35	1.690	2.030	0.275	0.325
36	1.688	2.028	0.271	0.320
37	1.687	2.026	0.267	0.316
38	1.686	2.024	0.264	0.312
39	1.685	2.023	0.261	0.308
40	1.684	2.021	0.257	0.304
41	1.683	2.020	0.254	0.301
42	1.682	2.018	0.251	0.297
43	1.681	2.017	0.248	0.294
44	1.680	2.015	0.246	0.291
45	1.679	2.014	0.243	0.288
46	1.679	2.013	0.240	0.285
47	1.678	2.012	0.238	0.282
48	1.677	2.011	0.235	0.179

DF	t tabel satu sisi	t tabel dua sisi	r tabel satu sisi	r tabel dua sisi
49	1.677	2.010	0.233	0.276
50	1.676	2.009	0.231	0.273
51	1.675	2.008	0.228	0.271
52	1.675	2.007	0.226	0.268
53	1.674	2.006	0.224	0.266
54	1.674	2.005	0.222	0.263
55	1.673	2.004	0.220	0.261
56	1.673	2.003	0.218	0.257
57	1.672	2.003	0.216	0.256
58	1.672	2.002	0.214	0.254
59	1.671	2.001	0.213	0.252
60	1.671	2.000	0.211	0.250
61	1.670	2.000	0.209	0.248
62	1.670	1.999	0.208	0.246
63	1.669	1.998	0.206	0.244
64	1.669	1.998	0.204	0.242
65	1.669	1.997	0.203	0.240
66	1.668	1.997	0.201	0.239
67	1.668	1.996	0.200	0.237
68	1.668	1.996	0.198	0.235
69	1.667	1.995	0.197	0.234
70	1.667	1.994	0.195	0.232
71	1.667	1.994	0.194	0.230
72	1.666	1.994	0.193	0.229
73	1.666	1.993	0.191	0.227
74	1.666	1.993	0.190	0.226
75	1.665	1.992	0.189	0.224
76	1.665	1.992	0.188	0.223
77	1.665	1.991	0.186	0.221
78	1.665	1.991	0.185	0.220
79	1.664	1.991	0.184	0.219
80	1.664	1.990	0.183	0.217
81	1.664	1.990	0.182	0.216
82	1.664	1.989	0.181	0.215
83	1.663	1.989	0.180	0.213
84	1.663	1.989	0.179	0.212
85	1.663	1.988	0.178	0.211
86	1.663	1.988	0.177	0.210
87	1.663	1.988	0.176	0.208
88	1.662	1.987	0.175	0.207
89	1.662	1.987	0.174	0.206
90	1.662	1.987	0.173	0.205
91	1.662	1.986	0.172	0.204
92	1.662	1.986	0.171	0.203
93	1.661	1.986	0.170	0.202
94	1.661	1.986	0.169	0.201
95	1.661	1.985	0.168	0.200
96	1.661	1.985	0.167	0.199
97	1.661	1.985	0.166	0.198
98	1.661	1.985	0.165	0.197
99	1.660	1.984	0.165	0.196
100	1.600	1.984	0.164	0.195

Lampiran 10
Tabel Chi Square

ν	α (alpha)									
	0,995	0,99	0,975	0,95	0,9	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	0,0000	0,0002	0,0010	0,0039	0,0158	2,7055	3,8415	5,0239	6,6349	7,8794
2	0,0100	0,0201	0,0506	0,1026	0,2107	4,6052	5,9915	7,3778	9,2103	10,5966
3	0,0717	0,1148	0,2158	0,3518	0,5844	6,2514	7,8147	9,3484	11,3449	12,8382
4	0,2070	0,2971	0,4844	0,7107	1,0636	7,7794	9,4877	11,1433	13,2767	14,8603
5	0,4117	0,5543	0,8312	1,1455	1,6103	9,2364	11,0705	12,8325	15,0863	16,7496
6	0,6757	0,8721	1,2373	1,6354	2,2041	10,6446	12,5916	14,4494	16,8119	18,5476
7	0,9893	1,2390	1,6899	2,1673	2,8331	12,0170	14,0671	16,0128	18,4753	20,2777
8	1,3444	1,6465	2,1797	2,7326	3,4895	13,3616	15,5073	17,5345	20,0902	21,9550
9	1,7349	2,0879	2,7004	3,3251	4,1682	14,6837	16,9190	19,0228	21,6660	23,5894
10	2,1559	2,5582	3,2470	3,9403	4,8652	15,9872	18,3070	20,4832	23,2093	25,1882
11	2,6032	3,0535	3,8157	4,5748	5,5778	17,2750	19,6751	21,9200	24,7250	26,7568
12	3,0738	3,5706	4,4038	5,2260	6,3038	18,5493	21,0261	23,3367	26,2170	28,2995
13	3,5650	4,1069	5,0088	5,8919	7,0415	19,8119	22,3620	24,7356	27,6882	29,8195
14	4,0747	4,6604	5,6287	6,5706	7,7895	21,0641	23,6848	26,1189	29,1412	31,3193
15	4,6009	5,2293	6,2621	7,2609	8,5468	22,3071	24,9958	27,4884	30,5779	32,8013
16	5,1422	5,8122	6,9077	7,9616	9,3122	23,5418	26,2962	28,8454	31,9999	34,2672
17	5,6972	6,4078	7,5642	8,6718	10,0852	24,7690	27,5871	30,1910	33,4087	35,7185
18	6,2648	7,0149	8,2307	9,3905	10,8649	25,9894	28,8693	31,5264	34,8053	37,1565
19	6,8440	7,6327	8,9065	10,1170	11,6509	27,2036	30,1435	32,8523	36,1909	38,5823
20	7,4338	8,2604	9,5908	10,8508	12,4426	28,4120	31,4104	34,1696	37,5662	39,9968
21	8,0337	8,8972	10,2829	11,5913	13,2396	29,6151	32,6706	35,4789	38,9322	41,4011
22	8,6427	9,5425	10,9823	12,3380	14,0415	30,8133	33,9244	36,7807	40,2894	42,7957
23	9,2604	10,1957	11,6886	13,0905	14,8480	32,0069	35,1725	38,0756	41,6384	44,1813
24	9,8862	10,8564	12,4012	13,8484	15,6587	33,1962	36,4150	39,3641	42,9798	45,5585
25	10,5197	11,5240	13,1197	14,6114	16,4734	34,3816	37,6525	40,6465	44,3141	46,9279
26	11,1602	12,1981	13,8439	15,3792	17,2919	35,5632	38,8851	41,9232	45,6417	48,2899
27	11,8076	12,8785	14,5734	16,1514	18,1139	36,7412	40,1133	43,1945	46,9629	49,6449
28	12,4613	13,5647	15,3079	16,9279	18,9392	37,9159	41,3371	44,4608	48,2782	50,9934
29	13,1211	14,2565	16,0471	17,7084	19,7677	39,0875	42,5570	45,7223	49,5879	52,3356
30	13,7867	14,9535	16,7908	18,4927	20,5992	40,2560	43,7730	46,9792	50,8922	53,6720
31	14,4578	15,6555	17,5387	19,2806	21,4336	41,4217	44,9853	48,2319	52,1914	55,0027
32	15,1340	16,3622	18,2908	20,0719	22,2706	42,5847	46,1943	49,4804	53,4858	56,3281
33	15,8153	17,0735	19,0467	20,8665	23,1102	43,7452	47,3999	50,7251	54,7755	57,6484
34	16,5013	17,7891	19,8063	21,6643	23,9523	44,9032	48,6024	51,9660	56,0609	58,9639
35	17,1918	18,5089	20,5694	22,4650	24,7967	46,0588	49,8018	53,2033	57,3421	60,2748
36	17,8867	19,2327	21,3359	23,2686	25,6433	47,2122	50,9985	54,4373	58,6192	61,5812
37	18,5858	19,9602	22,1056	24,0749	26,4921	48,3634	52,1923	55,6680	59,8925	62,8833
38	19,2889	20,6914	22,8785	24,8839	27,3430	49,5126	53,3835	56,8955	61,1621	64,1814
39	19,9959	21,4262	23,6543	25,6954	28,1958	50,6598	54,5722	58,1201	62,4281	65,4756
40	20,7065	22,1643	24,4330	26,5093	29,0505	51,8051	55,7585	59,3417	63,6907	66,7660
41	21,4208	22,9056	25,2145	27,3256	29,9071	52,9485	56,9424	60,5606	64,9501	68,0527
42	22,1385	23,6501	25,9987	28,1440	30,7654	54,0902	58,1240	61,7768	66,2062	69,3360
43	22,8595	24,3976	26,7854	28,9647	31,6255	55,2302	59,3035	62,9904	67,4593	70,6159
44	23,5837	25,1480	27,5746	29,7875	32,4871	56,3685	60,4809	64,2015	68,7095	71,8926

45	24,3110	25,9013	28,3662	30,6123	33,3504	57,5053	61,6562	65,4102	69,9568	73,1661
46	25,0413	26,6572	29,1601	31,4390	34,2152	58,6405	62,8296	66,6165	71,2014	74,4365
47	25,7746	27,4158	29,9562	32,2676	35,0814	59,7743	64,0011	67,8206	72,4433	75,7041
48	26,5106	28,1770	30,7545	33,0981	35,9491	60,9066	65,1708	69,0226	73,6826	76,9688
49	27,2493	28,9406	31,5549	33,9303	36,8182	62,0375	66,3386	70,2224	74,9195	78,2307
50	27,9907	29,7067	32,3574	34,7643	37,6886	63,1671	67,5048	71,4202	76,1539	79,4900
51	28,7347	30,4750	33,1618	35,5999	38,5604	64,2954	68,6693	72,6160	77,3860	80,7467
52	29,4812	31,2457	33,9681	36,4371	39,4334	65,4224	69,8322	73,8099	78,6158	82,0008
53	30,2300	32,0185	34,7763	37,2759	40,3076	66,5482	70,9935	75,0019	79,8433	83,2526
54	30,9813	32,7934	35,5863	38,1162	41,1830	67,6728	72,1532	76,1920	81,0688	84,5019
55	31,7348	33,5705	36,3981	38,9580	42,0596	68,7962	73,3115	77,3805	82,2921	85,7490
56	32,4905	34,3495	37,2116	39,8013	42,9373	69,9185	74,4683	78,5672	83,5134	86,9938
57	33,2484	35,1305	38,0267	40,6459	43,8161	71,0397	75,6237	79,7522	84,7328	88,2364
58	34,0084	35,9135	38,8435	41,4920	44,6960	72,1598	76,7778	80,9356	85,9502	89,4769
59	34,7704	36,6982	39,6619	42,3393	45,5770	73,2789	77,9305	82,1174	87,1657	90,7153
60	35,5345	37,4849	40,4817	43,1880	46,4589	74,3970	79,0819	83,2977	88,3794	91,9517
61	36,3005	38,2732	41,3031	44,0379	47,3418	75,5141	80,2321	84,4764	89,5913	93,1861
62	37,0684	39,0633	42,1260	44,8890	48,2257	76,6302	81,3810	85,6537	90,8015	94,4187
63	37,8382	39,8551	42,9503	45,7414	49,1105	77,7454	82,5287	86,8296	92,0100	95,6493
64	38,6098	40,6486	43,7760	46,5949	49,9963	78,8596	83,6753	88,0041	93,2169	96,8781
65	39,3831	41,4436	44,6030	47,4496	50,8829	79,9730	84,8206	89,1771	94,4221	98,1051
66	40,1582	42,2402	45,4314	48,3054	51,7705	81,0855	85,9649	90,3489	95,6257	99,3304
67	40,9350	43,0384	46,2610	49,1623	52,6588	82,1971	87,1081	91,5194	96,8278	100,5540
68	41,7135	43,8380	47,0920	50,0202	53,5481	83,3079	88,2502	92,6885	98,0284	101,7759
69	42,4935	44,6392	47,9242	50,8792	54,4381	84,4179	89,3912	93,8565	99,2275	102,9962
70	43,2752	45,4417	48,7576	51,7393	55,3289	85,5270	90,5312	95,0232	100,4252	104,2149
71	44,0584	46,2457	49,5922	52,6003	56,2206	86,6354	91,6702	96,1887	101,6214	105,4320
72	44,8431	47,0510	50,4279	53,4623	57,1129	87,7430	92,8083	97,3531	102,8163	106,6476
73	45,6293	47,8577	51,2648	54,3253	58,0061	88,8499	93,9453	98,5163	104,0098	107,8617
74	46,4170	48,6657	52,1028	55,1892	58,9000	89,9560	95,0815	99,6783	105,2020	109,0744
75	47,2060	49,4750	52,9419	56,0541	59,7946	91,0615	96,2167	100,8393	106,3929	110,2856
76	47,9965	50,2856	53,7821	56,9198	60,6899	92,1662	97,3510	101,9993	107,5825	111,4954
77	48,7884	51,0974	54,6234	57,7864	61,5858	93,2702	98,4844	103,1581	108,7709	112,7038
78	49,5816	51,9104	55,4656	58,6539	62,4825	94,3735	99,6169	104,3159	109,9581	113,9109
79	50,3761	52,7247	56,3089	59,5223	63,3799	95,4762	100,7486	105,4728	111,1440	115,1166
80	51,1719	53,5401	57,1532	60,3915	64,2778	96,5782	101,8795	106,6286	112,3288	116,3211
81	51,9690	54,3566	57,9984	61,2615	65,1765	97,6796	103,0095	107,7834	113,5124	117,5242
82	52,7674	55,1743	58,8446	62,1323	66,0757	98,7803	104,1387	108,9373	114,6949	118,7261
83	53,5669	55,9931	59,6918	63,0039	66,9756	99,8805	105,2672	110,0902	115,8763	119,9268
84	54,3677	56,8130	60,5398	63,8763	67,8761	100,9800	106,3948	111,2423	117,0565	121,1263
85	55,1696	57,6339	61,3888	64,7494	68,7772	102,0789	107,5217	112,3934	118,2357	122,3246
86	55,9727	58,4559	62,2386	65,6233	69,6788	103,1773	108,6479	113,5436	119,4139	123,5217
87	56,7769	59,2790	63,0894	66,4979	70,5810	104,2750	109,7733	114,6929	120,5910	124,7177
88	57,5823	60,1030	63,9409	67,3732	71,4838	105,3722	110,8980	115,8414	121,7671	125,9125
89	58,3888	60,9281	64,7934	68,2493	72,3872	106,4689	112,0220	116,9891	122,9422	127,1063
90	59,1963	61,7541	65,6466	69,1260	73,2911	107,5650	113,1453	118,1359	124,1163	128,2989
91	60,0049	62,5811	66,5007	70,0035	74,1955	108,6606	114,2679	119,2819	125,2895	129,4905
92	60,8146	63,4090	67,3556	70,8816	75,1005	109,7556	115,3898	120,4271	126,4617	130,6811

93	61,6253	64,2379	68,2112	71,7603	76,0060	110,8502	116,5110	121,5715	127,6329	131,8706
94	62,4370	65,0677	69,0677	72,6398	76,9119	111,9442	117,6317	122,7151	128,8032	133,0591
95	63,2496	65,8984	69,9249	73,5198	77,8184	113,0377	118,7516	123,8580	129,9727	134,2465
96	64,0633	66,7299	70,7828	74,4005	78,7254	114,1307	119,8709	125,0001	131,1412	135,4330
97	64,8780	67,5624	71,6415	75,2819	79,6329	115,2232	120,9896	126,1414	132,3089	136,6186
98	65,6936	68,3957	72,5009	76,1638	80,5408	116,3153	122,1077	127,2821	133,4757	137,8032
99	66,5101	69,2299	73,3611	77,0463	81,4493	117,4069	123,2252	128,4220	134,6416	138,9868
100	67,3276	70,0649	74,2219	77,9295	82,3581	118,4980	124,3421	129,5612	135,8067	140,1695

Lampiran 11
Hasil Turnitin

SKRIPSI SITI KARLINA

by Siti Karlina

Submission date: 30-Jul-2020 08:34AM (UTC+0700)

Submission ID: 1363819003

File name: Siti_Karlina_-1610111068_-_Turnitin_-_sit_karlina_2.docx (308.96K)

Word count: 17145

Character count: 109071

SKRIPSI SITI KARLINA

ORIGINALITY REPORT

19%	18%	4%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	1%
2	library.binus.ac.id Internet Source	1%
3	repository.upnvj.ac.id Internet Source	1%
4	pengabdianqu.blogspot.com Internet Source	1%
5	Submitted to Binus University International Student Paper	1%
6	eprints.uns.ac.id Internet Source	1%
7	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Myongji University Graduate School Student Paper	1%
9	eprints.upnjatim.ac.id	

Internet Source

<1 %

10 repository.unpas.ac.id
Internet Source <1 %

11 repositori.kemdikbud.go.id
Internet Source <1 %

12 repository.radenintan.ac.id
Internet Source <1 %

13 id.m.wikipedia.org
Internet Source <1 %

14 id.scribd.com
Internet Source <1 %

15 ocs.upnvj.ac.id
Internet Source <1 %

16 Submitted to Universitas Diponegoro
Student Paper <1 %

17 trierinristanti.blogspot.com
Internet Source <1 %

18 Submitted to Universitas Putera Batam
Student Paper <1 %

19 etheses.uin-malang.ac.id
Internet Source <1 %

20 core.ac.uk
Internet Source <1 %

21	library.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
23	es.scribd.com Internet Source	<1 %
24	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	<1 %
25	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
26	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
27	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
29	id.123dok.com Internet Source	<1 %
30	ejournal.unp.ac.id Internet Source	<1 %
31	ms.wikipedia.org Internet Source	<1 %
32	iamnekobilla.blogspot.com	

	Internet Source	<1 %
33	adoc.tips Internet Source	<1 %
34	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1 %
35	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
36	issuu.com Internet Source	<1 %
37	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
38	Muhammad Agung Anggoro, Jefry Juvini, Winnie Chaisar, Gita Monica br Ginting, Tom Widodo Halim, Jennifer Usman Erey. "Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Sunter Sumber Sinergi Medan", JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2020 Publication	<1 %
39	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1 %
40	a-research.upi.edu Internet Source	<1 %

41	rahmaningsi.blogspot.com Internet Source	<1 %
42	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
43	princessaangelica.blogspot.com Internet Source	<1 %
44	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
45	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
46	putrifarasansa.blogspot.com Internet Source	<1 %
47	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
48	www.scilit.net Internet Source	<1 %
49	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
50	salmadarmiati.blogspot.com Internet Source	<1 %
51	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %

52	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
53	makalahtentang.wordpress.com Internet Source	<1 %
54	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
55	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
56	hanisdailynews.blogspot.com Internet Source	<1 %
57	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
58	repository.wima.ac.id Internet Source	<1 %
59	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
60	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
61	nscpolteksby.ac.id Internet Source	<1 %
62	studentjournal.petra.ac.id Internet Source	<1 %

63	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
64	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<1 %
65	eprint.stieww.ac.id Internet Source	<1 %
66	pt.slideshare.net Internet Source	<1 %
67	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
68	docplayer.info Internet Source	<1 %
69	ajakonline.com Internet Source	<1 %
70	Submitted to University of Southampton Student Paper	<1 %
71	percobaan-alfanet.blogspot.com Internet Source	<1 %
72	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
73	theses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
74	nonosun.staf.upi.edu Internet Source	

		<1 %
75	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
76	edutainment.stkipmbb.ac.id Internet Source	<1 %
77	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
78	conference.binadarma.ac.id Internet Source	<1 %
79	ejournal.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %
80	Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY Student Paper	<1 %
81	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1 %
82	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
83	repository.upy.ac.id Internet Source	<1 %
84	Submitted to University of Colorado, Denver Student Paper	<1 %
85	Submitted to Universitas Muhammadiyah Student Paper	<1 %

Ponorogo

Student Paper

86	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
87	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper	<1 %
88	Submitted to Asia e University Student Paper	<1 %
89	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
90	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
91	MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 1 Nomor 1 Desember 2010", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2010 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On