


LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Dokumentasi Peneliti Dengan Pihak Bening's Clinic Surabaya



LAMPIRAN 2 Lembar Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : SHELIA TIARA ANDIKA
 NBI : 1121900058
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Dr. Dra. Ayun Maduwiranti, M.P
 Dosen Pembimbing II : Drs. Ute Ch. Nasution, MS

Judul Skripsi : PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK KECANTIKAN BENING'S CLINIC SURABAYA

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	9-3-23	Response Acc & catatan. Pre I dit ke pemb. II	Am	
2.	16 Maret 23	Gab I (t btk)		G
3.	21 Maret 23	Gab I Acc & KUG support		G
4.	29-3-23	Perbaiki tujuan penelitian (Pnb I)	Am	
5.	29 Maret 23	Gab II .. JAS, teori perbaga		G
6.	30-3-2023	Pnb I Acc	Am	
7.	6 April 23	Gab II Acc		G
8.	6-4-23	Pnb II Acc	Am	
9.	13 April 23	Gab III PG-Gi-Qi		G
10.	03 Mei 23	Gab III Acc		G
11.	4-5-23	Pnb III Acc & catatan	Am	
12.	4-5-23	Kuesioner Acc, bra uji instrumen	Am	
13.	6 Juni 23	bab IV, label & format		G



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
14	08 Jun 23	konbiv ACC g perb		✓
15	8-6-23	Buat tabel interval skala likert Perbaiki pembaharan → Bab IV	h ₂	
16	12 Jun 23	konbiv perb		✓
17.	12-6-23	Bab IV Acc	h ₂	✓
18	13 Juni 23	konbiv Acc		
19.	13-6-23	Bab V Acc	h ₂	
/				

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 13-6-23

Dosen Pembimbing I,

[Signature]
 (.....)

Dosen Pembimbing II,

13 Juni 23
[Signature]
 (.....)

LAMPIRAN 3 Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH

Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 628/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Shelia Tiara Andika

NBI : 1121900058

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Juni 2023
Kepala Lab. Otda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

LAMPIRAN 4 Surat Bebas Laboraturium



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN



Gedung F Lantai 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 281/SK/KWU-K/Genap/VII/2021

Kepala Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA

NPP : 20150.17.0746

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Shelia Tiara Andika

NBI : 1121900058

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2021
 Kalab. Kewirausahaan,

Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA.
 NPP: 20150.17.0746

LAMPIRAN 5 Lembar Persetujuan Menjadi Responden

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Shelia Tiara Andika mahasiswa program S1 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang saat ini sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Bening’s Clinic Surabaya”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan secara keseluruhan dan data yang Bapak/Ibu/Saudara/i sampaikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Peneliti

Shelia Tiara Andika

LAMPIRAN 6 Kisi - Kisi Kuesioner

A. Identitas Responden

- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| 1. Nama : | 4. Pekerjaan : |
| 2. Jenis Kelamin : | a. Pelajar |
| a. Laki-Laki | b. Mahasiswa |
| b. Perempuan | c. Karyawan |
| 3. Usia : | d. Lainnya, (sebutkan) |
| a. 20 Tahun – 25 Tahun | 5. Pendapatan : |
| b. 26 Tahun – 30 Tahun | a. < Rp 1.000.000 |
| c. 31 Tahun – 40 Tahun | b. Rp 1.000.000 < Rp 3.000.000 |
| d. 45 Tahun Keatas | c. Rp 3.000.000 < Rp 5.000.000 |
| | d. > Rp 5.000.000 |

B. Petunjuk Pengisian Kusioner

Berikut ini adalah kusioner mengenai Pengaruh *Relationship Marketing* Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Bening's Clinic Surabaya. Mohon untuk memberikan tanda centang (✓) pada setiap pertanyaan yang anda pilih dengan keterangan sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 = STS (Sangat Tidak Setuju) | 4 = S (Setuju) |
| 2 = TS (Tidak Setuju) | 5 = SS (Sangat Setuju) |
| 3 = CS (Cukup Setuju) | |
| 4 = S (Setuju) | |

No	Pertanyaan Kuesioner	STS	TS	CS	S	SS
	<i>Relationship Marketing (X1)</i>					
a.	Kepercayaan (<i>Trust</i>)					
1.	Saya percaya bahwa Bening's Clinic Surabaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen					
b.	Komitmen (<i>Commitment</i>)					
2.	Saya merasa senang menjadi konsumen setia Bening' Clinic Surabaya					
3.	Saya merasa diuntungkan oleh Bening's Clinic Surabaya dalam segi biaya, karena harga yang ditawarkan sangat terjangkau					
c.	Komunikasi (<i>Communication</i>)					
4.	Saya akan menyarankan Bening's Clinic Surabaya kepada orang lain					
5.	Saya tertarik menggunakan produk dan jasa Bening's Clinic Surabaya setelah mendapatkan referensi dari teman					
d.	Penanganan Masalah (<i>Conflict Handling</i>)					
6.	Bening's Clinic Surabaya meluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan konsumen					
7.	Bening's Clinic Surabaya menangani setiap kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen dengan baik dan sopan					
	<i>Experiential Marketing (X2)</i>					
a.	Panca Indera (<i>Sense</i>)					
8.	Bening's Clinic Surabaya memiliki desain ruang tunggu yang bagus					
9.	Bening's Clinic Surabaya selalu menjaga kebersihan tempat dan					

	menjaga kesterilan alat yang akan digunakan untuk perawatan					
b.	Perasaan (<i>Feel</i>)					
10.	Karyawan Bening's Clinic Surabaya sangat ramah saat melayani konsumen					
c.	Berfikir (<i>Think</i>)					
11.	Bening's Clinic Surabaya memberikan voucher gratis kepada konsumen setianya					
d.	Tindakan (<i>Act</i>)					
12.	Kualitas layanan yang diberikan oleh Bening's Clinic Surabaya selalu memberi kesan positif kepada konsumen dibandingkan klinik kecantikan lain yang sejenis disekitarnya					
13.	Bening's Clinic Surabaya menyediakan paket kecantikan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
e.	Hubungan (<i>Relate</i>)					
14.	Bening's Clinic Surabaya membuat media sosial untuk menjalin hubungan langsung dengan konsumen					
15.	Bening's Clinic Surabaya mengikuti berbagai event untuk mempermudah konsumen mendapatkan informasi produk dan jasanya					
	Kepuasan Konsumen (Y)					
a.	Kesesuaian Harapan					
16.	Saya merasa puas dengan kinerja karyawan Bening's Clinic Surabaya yang cekatan dan tanggap					
17.	Saya merasa puas dengan program yang ada di Bening's Clinic Surabaya dalam membantu					

	menyelesaikan permasalahan kulit yang sedang saya alami					
b.	Persepsi Kinerja					
18.	Saya merasa nyaman saat sedang melakukan perawatan kecantikan di Bening's Clinic Surabaya					
c.	Penilaian Pelanggan					
19.	Saya merasa produk dan jasa yang disediakan oleh Bening's Clinic Surabaya sudah sesuai dengan yang saya inginkan					
20.	Bening's Clinic Surabaya menyediakan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan konsumen					

LAMPIRAN 7 Karakteristik Responden

Tabel Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	%
1	Laki-Laki	24	24%
2	Perempuan	76	76 %
	TOTAL	100	100 %

Tabel Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah Responden	%
1	20 - 25 Tahun	67	67%
2	26 - 30 Tahun	28	28%
3	31 - 40 Tahun	5	5%
4	45 Tahun keatas	0	0%
	TOTAL	100	100 %

Tabel Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	%
1	Pelajar	0	0%
2	Mahasiswa	37	37%
3	Karyawan	61	61%
4	Swasta	1	1%
5	Ibu Rumah Tangga	1	1%
	TOTAL	100	100 %

Tabel Pendapatan Responden

No	Pendapatan Responden	Jumlah Responden	%
1	< Rp 1.000.000	30	30%
2	Rp 1.000.000 < Rp 3.000.000	21	21%
3	Rp 3.000.000 < Rp 5.000.000	36	36%
4	> Rp 5.000.000	13	13%
	TOTAL	100	100 %

LAMPIRAN 8 Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas *Relationship Marketing* (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.526 [*]	.530 [*]	.560 [*]	.558 [*]	.555 [*]	.259	.771 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.001	.001	.001	.167	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.526 [*]	1	.508 [*]	.397 [*]	.375 [*]	.594 [*]	.315	.714 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003		.004	.030	.041	.001	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.530 [*]	.508 [*]	1	.670 [*]	.538 [*]	.380 [*]	.338	.803 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.004		.000	.002	.038	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.560 [*]	.397 [*]	.670 [*]	1	.309	.473 [*]	.396 [*]	.777 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.030	.000		.097	.008	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.558 [*]	.375 [*]	.538 [*]	.309	1	.430 [*]	.375 [*]	.698 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.041	.002	.097		.018	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.555 [*]	.594 [*]	.380 [*]	.473 [*]	.430 [*]	1	.356	.729 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.038	.008	.018		.053	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.259	.315	.338	.396*	.375*	.356	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.167	.090	.068	.031	.041	.053		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL .X1	Pearson Correlation	.771*	.714*	.803*	.777*	.698*	.729*	.587*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

2. Hasil Uji Validitas *Experiential Marketing* (X2)

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL. X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.439*	.526*	.410*	.334	.312	.489*	.351	.650**
	Sig. (2-tailed)		.015	.003	.025	.072	.094	.006	.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.439*	1	.268	.468*	.374*	.621*	.549*	.406*	.691**
	Sig. (2-tailed)	.015		.152	.009	.042	.000	.002	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.526*	.268	1	.457*	.392*	.276	.626*	.489*	.702**

TOT AL.X 2	Pearson Correlati on	.650 [*]	.691 [*]	.702 [*]	.761 [*]	.696 [*]	.650 [*]	.842 [*]	.777 [*]	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.418 [*]	.605 ^{**}	.371 [*]	.388 [*]	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.044	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.418 [*]	1	.522 ^{**}	.526 ^{**}	.352	.733 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021		.003	.003	.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.605 ^{**}	.522 ^{**}	1	.584 ^{**}	.423 [*]	.820 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.001	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.371 [*]	.526 ^{**}	.584 ^{**}	1	.410 [*]	.767 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.044	.003	.001		.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.388 [*]	.352	.423 [*]	.410 [*]	1	.706 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.034	.056	.020	.024		.000
	N	30	30	30	30	30	30

TOTAL. Y	Pearson Correlation	.740**	.733**	.820**	.767**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

LAMPIRAN 9 Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas *Relationship Marketing* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	7

2. Hasil Uji Reliabilitas *Experiential Marketing* (X2)

Reliability Statistics

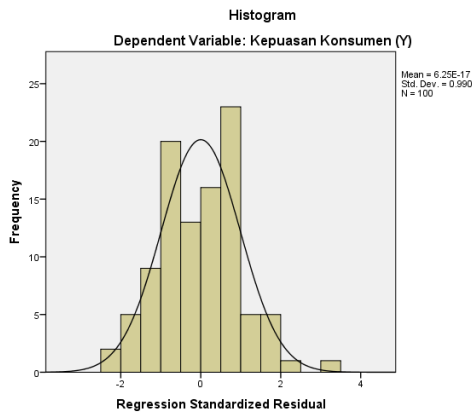
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	8

3. Hasil Uji Reliabilitas *Kepuasan Konsumen* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

LAMPIRAN 10 Model Histogram Normalitas



LAMPIRAN 11 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.41480936
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		1.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.170

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

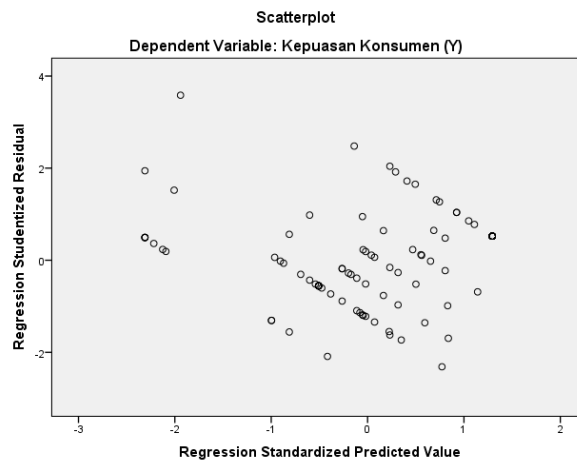
LAMPIRAN 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6.900	1.131					
	Relationship Marketing (X1)	.292	.062	.504	4.683	.000	.312	3.209
	Experiential Marketing (X2)	.178	.057	.337	3.131	.002	.312	3.209

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.900	1.131		6.099	.000
1 Relationship Marketing (X1)	.292	.062	.504	4.683	.000
Experiential Marketing (X2)	.178	.057	.337	3.131	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN 15 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.900	1.131		6.099	.000
	Relationship Marketing (X1)	.292	.062	.504	4.683	.000
	Experiential Marketing (X2)	.178	.057	.337	3.131	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN 16 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	367.543	2	183.772	89.954	.000 ^b
	Residual	198.167	97	2.043		
	Total	565.710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Experiential Marketing (X2), Relationship Marketing (X1)

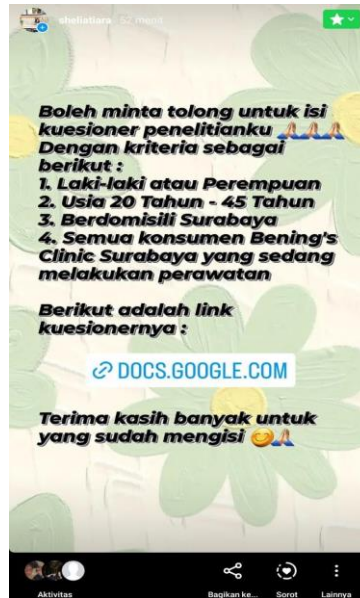
LAMPIRAN 17 Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.642	1.429

a. Predictors: (Constant), Experiential Marketing (X2), Relationship Marketing (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN 18 BUKTI PENYEBARAN KUESIONER SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE*



LAMPIRAN 19 LEMBAR REVISI SKRIPSI

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHELIA TIARA ANDIKA

NIM : 1121900058

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

Harus Revisi Perbaikan.

2

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan,

(*[Signature]* Acc *6/7/23*)

Revisi dari Dosen Penguji 1,

(*[Signature]*)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHELIA TIARA ANDIKA

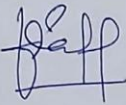
NIM : 1121900058

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

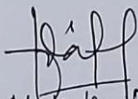
Catatan Perbaikan:

- ① Definisi operasional
- ② Analisis regresi
- ③ Rekomendasi

Surabaya,
 Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan,

()

Revisi dari Dosen Penguji 2,

()
 (Ni Made Ida Pratiwi)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHELIA TIARA ANDIKA

NIM : 1121900058

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 3 Juli 2023

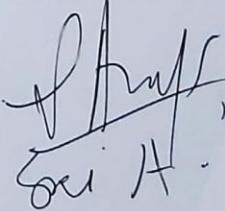
Catatan Perbaikan:

Tuliskan, Regresi Linier
Berganda
Ditika masalah
Sangat

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan,

()

Revisi dari Dosen Penguji 3,

()
Sri H.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LAMPIRAN 20 HASIL TURNITIN JURNAL SOSIALITA

Hasil Turnitin Jurnal Sosialita Shelia Tiara Andika

ORIGINALITY REPORT

19%	19%	9%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	4%
2	core.ac.uk Internet Source	1%
3	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
4	ojs.htp.ac.id Internet Source	1%
5	pt.scribd.com Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	www.coursehero.com Internet Source	1%
9	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1%

10	docobook.com Internet Source	<1 %
11	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
12	jmas.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.obsesi.or.id Internet Source	<1 %
14	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
15	journals.synthesispublication.org Internet Source	<1 %
16	repository.unri.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
18	mpiukanjuruhan.blogspot.co.id Internet Source	<1 %
19	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
20	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %
21	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %

22	jurnal.uts.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
24	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1 %
25	jurnal.unpand.ac.id Internet Source	<1 %
26	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
27	www.journal.stieamkop.ac.id Internet Source	<1 %
28	www.proceeding.unindra.ac.id Internet Source	<1 %
29	Moh. Farid Atho'illah Fahrur Rozi, Sukaris Sukaris. "pengaruh kualitas produk, harga dan nkuualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2020 Publication	<1 %
30	journal.upgris.ac.id Internet Source	<1 %
31	www.scribd.com Internet Source	<1 %

32	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
33	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
34	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
35	media.neliti.com Internet Source	<1 %
36	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
37	Tri Endang Yani, Iwan Prasetyo. "STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS DENGAN PELAYANAN PRIMA, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEPUASAN PELANGGAN", Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 2020 Publication	<1 %
38	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
39	journal.umy.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On