

# STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PT RESTU BUMI LESTARI

*by* Nn10 Nn10

---

**Submission date:** 17-Feb-2021 06:02AM (UTC-0800)

**Submission ID:** 1511483560

**File name:** document\_5.pdf (413.04K)

**Word count:** 2198

**Character count:** 13496

## STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PT RESTU BUMI LESTARI

**Hendri Herman**

Dosen Universitas Putera Batam

30  
email: [hendrihermanbatam@gmail.com](mailto:hendrihermanbatam@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to determine the strategies that can be carried out by companies in increasing competitive advantage. The object of this study is PT Restu Bumi Lestari with 45 respondents. The research data was obtained using a questionnaire. The results of this study are that prices significantly influence competitive advantage, service quality significantly influences competitive advantage, and price and service quality simultaneously have a significant effect on competitive advantage.*

**Keywords:** price, service quality, competitive advantage

### PENDAHULUAN

Keunggulan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan (Russell & Millar, 2014)

Perusahaan yang ingin menguasai pasar tentu berusaha agar perusahaan mereka memiliki keunggulan bersaing dibanding perusahaan sejenis yang menjadi pesaing-pesaingnya. Untuk memiliki keunggulan bersaing, maka perusahaan harus berbenah diri agar klien-klien tetap menggunakan jasa/produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Porter (1990) dalam (Setiawan, 2012) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian, nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan

Banyak konsumen yang menginginkan harga yang ditawarkan oleh para penyedia jasa/produk adalah harga yang terjangkau tetapi tidak mengurangi kualitas. Maka dari itulah, perlunya strategi perusahaan dalam menetapkan harga yang akan ditawarkan kepada calon konsumen. Terlebih lagi jika perusahaan adalah perusahaan yang terbilang baru. Penetapan harga harus menjadi pertimbangan utama bagi para perusahaan.

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar konsumen betah sehingga akan menggunakan kembali jasa/ produk perusahaan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen tentunya adalah pelayanan yang berkualitas. Menurut Parasuraman dalam (Adam, 2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan.

Saat persaingan bisnis semakin ketat, dimana banyak perusahaan-perusahaan sejenis yang menjadi pesaing. Maka perusahaan harus mampu menjawab keinginan pasar. Perusahaan

37 us mampu memberikan harga yang kompetitif untuk mendapatkan pelanggan dengan tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini dilakukan pada PT Restu Bumi Lestari. PT Restu Bumi Lestari ini bergerak di bidang galangan kapal. Peneli melakukan penelitian dengan judul strategi meningkatkan keunggulan bersaing pada PT Restu Bumi Lestari.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan karena unsur yang lain adalah mengeluarkan biaya (Tan, 2011).

Menurut Tjiptono (2006) dalam (Umaternate, 2014) dikatakan bahwa harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat (Kotler dan Armsrong, 2008 dalam (Umaternate, 2014)

Indikator yang digunakan untuk harga adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2006):

- (1) Keterjangkauan harga
- (2) Diskon/ potongan harga
- (3) Cara pembayaran
- (4) Negosiasi
- (5) Garansi

### Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan. Menurut (Supranto, 2006) kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa.

Sekarang ini, pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis sehingga para pelaku bisnis harus mapu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan menilai jelek (Barata, 2006) dalam (Herman, 2018)

25 Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah:

- (1) *Tangible*
- (2) *Reability*
- (3) *Responsiveness*
- (4) *Assurance*
- (5) *Emphaty*

### Keunggulan Bersaing

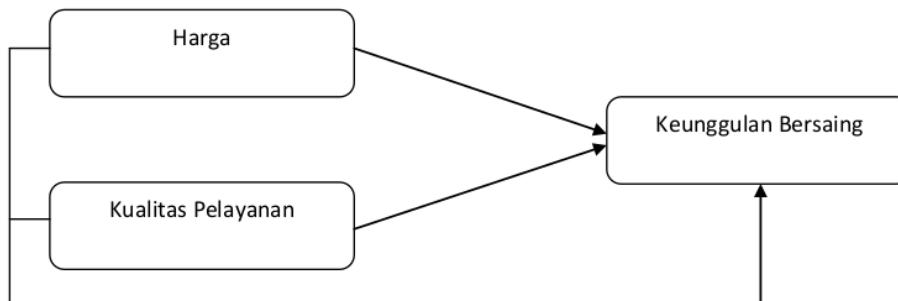
(Dirgantoro, 2010) Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Berdasarkan defenisi di atas, maka keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, mendukung produknya

24 Indikator keunggulan bersaing adalah:

- (1) Keunikan produk
- (2) Kualitas produk
- (3) Harga

### Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



### Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
- 3) Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

41

### METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 45 responden. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Data akan diuji dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan dengan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Harga

| No | Item  | R hitung | R tabel | Kesimpulan |
|----|-------|----------|---------|------------|
| 1  | X.1.1 | 0.552    | 0.2876  | Valid      |
| 2  | X.1.2 | 0.735    | 0.2876  | Valid      |
| 3  | X.1.3 | 0.653    | 0.2876  | Valid      |
| 4  | X.1.4 | 0.733    | 0.2876  | Valid      |
| 5  | X.1.5 | 0.817    | 0.2876  | Valid      |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing variabel harga lebih besar dari nilai r tabel (0.2876). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel harga adalah valid.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| No | Item  | R hitung | R tabel | Kesimpulan |
|----|-------|----------|---------|------------|
| 1  | X.1.1 | 0.652    | 0.2876  | Valid      |
| 2  | X.1.2 | 0.535    | 0.2876  | Valid      |
| 3  | X.1.3 | 0.453    | 0.2876  | Valid      |
| 4  | X.1.4 | 0.633    | 0.2876  | Valid      |
| 5  | X.1.5 | 0.717    | 0.2876  | Valid      |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing variabel kualitas pelayanan lebih besar dari nilai r tabel (0,2405). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing

| No | Item | R hitung | R tabel | Kesimpulan |
|----|------|----------|---------|------------|
| 1  | Y.1  | 0.816    | 0.2876  | Valid      |
| 2  | Y.2  | 0.606    | 0.2876  | Valid      |
| 3  | Y.3  | 0.721    | 0.2876  | Valid      |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing variabel keunggulan bersaing lebih besar dari nilai r tabel (0,2876). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel keunggulan bersaing adalah valid

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

| No | Variabel            | Cronbach Alpha | Kesimpulan |
|----|---------------------|----------------|------------|
| 1  | Harga               | 0,877          | Reliabel   |
| 2  | Kualitas Pelayanan  | 0,633          | Reliabel   |
| 3  | Keunggulan Bersaing | 0,874          | Reliabel   |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing nilai cronbach alpha pada variabel harga, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing sebesar 0,877, 0,633 dan 0,874. nilai cronbach alpha ini lebih besar dari 0,6. sehingga disimpulkan bahwa item-item dalam variabel penelitian ini adalah reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 5** Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Standardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| N                                | 39             | 45                    |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000              |
|                                  | Std. Deviation | .96076892             |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .115                  |
|                                  | Positive       | .064                  |
|                                  | Negative       | -.115                 |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .599                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .766                  |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa, nilai Asymp. Sig (2-tailed) bernilai 0,766. Nilai ini lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki sebaran normal

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 6 Uji Multikolinearitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                     | Collinearity Statistics |       |
|-------|---------------------|-------------------------|-------|
|       |                     | Tolerance               | VIF   |
| 1     | Harga               | .832                    | 1.002 |
|       | Kualitas Pelayanan  | .832                    | 1.002 |
|       | Keunggulan Bersaing | .832                    | 1.002 |

a. Dependent Variable: Perubahan Laba

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF masing-masing variabel sebesar 1.002. Nilai VIF ini berada di bawah nilai 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa model dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |
| 1     | (Constant)         | -1.013E-013                 | 3.830      |                           | .000 | 1.000 |
|       | Harga              | .000                        | .250       | .000                      | .000 | 1.000 |
|       | Kualitas Pelayanan | .000                        | .340       | .000                      | .000 | 1.000 |

a. Dependent Variable: Abresid

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai sig. masing-masing variabel bernilai 1.000, nilai ini lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Uji t (Parsial)

Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 8 Uji t**  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)         | 3.249                       | .134       |                           | 9.325 | .000 |
|       | Harga              | .050                        | .052       | .264                      | 3.353 | .004 |
|       | Kualitas Pelayanan | .018                        | .012       | .133                      | 6.683 | .000 |

a. Dependent Variable: Perubahan Laba

- Harga terhadap keunggulan bersaing  
Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa, nilai signifikansi harga sebesar 0.004, nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis pertama diterima
- Kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing  
Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0.000, nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis kedua diterima.

### Uji f (Simultan)

Hasil uji f dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 9. Uji f**

ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | .216           | 2  | .108        | 9.242 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 2.088          | 34 | .087        |       |                   |
|       | Total      | 2.304          | 36 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

3. Harga dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing  
Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hipotesis ketiga diterima

### Pembahasan

1. Harga terhadap keunggulan bersaing  
Harga merupakan hal yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian atau menggunakan jasa suatu perusahaan, hal ini dikarenakan banyak konsumen yang menginginkan untuk mendapatkan produk/ jasa yang diinginkan dengan harga terjangkau. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan harga pada produk atau jasa yang ditawarkan ke konsumen. Cara seperti ini, dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. PT Restu Bumi Lestari perlu mempertimbangkan penetapan harga yang ditawarkan kepada konsumen mengingat, banyak pesaing yang bergerak dibidang yang sejenis, sehingga PT Restu Bumi Lestari dapat memenangkan persaingan
2. Kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing  
Pelayanan yang baik menjadi cerminan bagaimana perusahaan mengutamakan konsumennya. Konsumen akan jauh lebih senang jika perusahaan memberikan pelayanan yang baik. Konsumen dapat mengubah persepsi terhadap perusahaan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki kelengkapan prasarana, perusahaan yang mampu memberikan layanan secara akurat dan dapat dipercaya, perusahaan yang mampu merespon permintaan secara cepat dan tepat, perusahaan yang mampu memberikan rasa aman kepada konsumen, perusahaan yang mampu memahami masalah atau keluhan pelanggan terkait produk/ jasa yang digunakan, adalah perusahaan yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. PT Restu Bumi Lestari diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

### SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

3. Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

33

#### DAFTAR PUSTAKA

11

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Barata, A. A. (2006). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dirgantoro, C. (2010). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.
- 5
- Herman, H. (2018). Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan Pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(1), 57–63.
- Russell, S. N., & Millar, H. (2014). Exploring the Relationship Among Sustainable Manufacturing Practises, Business Performance and Competitive Advantage: Perspective From a Developing Economy. *Journal of Management and Sustainability*, 4(3), 37–54.
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke- VIII, ISSN: 2085-1375*, (November), 12–19.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta.
- Tan, W. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (1st ed.). Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Umaternate, M. (2014). Promosi, Harga dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike di Toko Akbar Ali Sport Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 2, No. 2 Juni 2014. ISSN: 2303-1174*, 2(2), 1381–1392.



# STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PT RESTU BUMI LESTARI

## ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

- 1 Dokman Marulitua Situmorang, Erlina, Bambang Satriawan Dokman. "PENGARUH KOMPETENSI DAN INDEPENDENSI AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT DENGAN ETIKA AUDITOR SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI KOTA MEDAN", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2020  
Publication 1%
- 2 Sadik, Erni Susilawati. "Motivasi Berprestasi Guru Berdasarkan Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah SMP Negeri di Kecamatan Martapura Kota Kabupaten Banjar", STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, 2019  
Publication 1%
- 3 [www.ejurnal.bunghatta.ac.id](http://www.ejurnal.bunghatta.ac.id)  
Internet Source 1%
- 4 Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Student Paper 1%

|    |   |    |
|----|---|----|
| 5  | <a href="http://sinta3.ristekdikti.go.id">sinta3.ristekdikti.go.id</a><br>Internet Source   | 1% |
| 6  | Submitted to Unika Soegijapranata<br>Student Paper  | 1% |
| 7  | Submitted to Udayana University<br>Student Paper  | 1% |
| 8  | <a href="http://dumadia.wordpress.com">dumadia.wordpress.com</a><br>Internet Source   | 1% |
| 9  | <a href="http://hariansku.blogspot.com">hariansku.blogspot.com</a><br>Internet Source   | 1% |
| 10 | <a href="http://ejournal.uniska-kediri.ac.id">ejournal.uniska-kediri.ac.id</a><br>Internet Source   | 1% |
| 11 | <a href="http://www.ejournal.an.fisip-unmul.ac.id">www.ejournal.an.fisip-unmul.ac.id</a><br>Internet Source   | 1% |
| 12 | Sela Oktia, Iwan Setiawan, Fournita Agustina.<br>"PATTERN ANALYSIS OF COMMODITY RICE<br>SALES RESULTS IN THE VILLAGE OF THE<br>DISTRICT RIAS TOBOALI SOUTH BANGKA<br>REGENCY", Journal of Integrated Agribusiness,<br>2020<br>Publication | 1% |
| 13 | Submitted to Faculdade Novos Horizontes<br>Student Paper  | 1% |
| 14 | <a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a><br>Internet Source   | 1% |

---

|    |  |     |
|----|--|-----|
| 15 | Hary Irvan Tarigan, Yulinda Manurung, Winida Marpaung. "LOYALITAS PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN PADA PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE",<br>PHILANTHROPY: Journal of Psychology, 2019<br>Publication | 1%  |
| 16 | <a href="http://www.etalasebisnis.com">www.etalasebisnis.com</a><br>Internet Source  | 1%  |
| 17 | <a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a><br>Internet Source  | 1%  |
| 18 | Nur Aini, Tulus Tulus. "Analisis Pengaruh Rotasi dan Mutasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di KJKS BMT Anda Salatiga", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2015<br>Publication              | 1%  |
| 19 | <a href="http://doaj.org">doaj.org</a><br>Internet Source  | 1%  |
| 20 | <a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a><br>Internet Source  | 1%  |
| 21 | Submitted to STIE Perbanas Surabaya<br>Student Paper   | <1% |
| 22 | <a href="http://www.repository.trisakti.ac.id">www.repository.trisakti.ac.id</a><br>Internet Source  | <1% |
| 23 | Submitted to Universitas Nasional<br>Student Paper   | <1% |

---

---

24

[id.123dok.com](http://id.123dok.com)

Internet Source

<1%

---

25

[id.scribd.com](http://id.scribd.com)

Internet Source

<1%

---

26

[jurnal.fkip.uns.ac.id](http://jurnal.fkip.uns.ac.id)

Internet Source

<1%

---

27

[jurnal.unmuhjember.ac.id](http://jurnal.unmuhjember.ac.id)

Internet Source

<1%

---

28

[123dok.com](http://123dok.com)

Internet Source

<1%

---

29

[repository.upi.edu](http://repository.upi.edu)

Internet Source

<1%

---

30

[jurnal.untan.ac.id](http://jurnal.untan.ac.id)

Internet Source

<1%

---

31

[anzdoc.com](http://anzdoc.com)

Internet Source

<1%

---

32

[repository.ar-raniry.ac.id](http://repository.ar-raniry.ac.id)

Internet Source

<1%

---

33

[emakalahonline.blogspot.com](http://emakalahonline.blogspot.com)

Internet Source

<1%

---

34

[library.binus.ac.id](http://library.binus.ac.id)

Internet Source

<1%

---

35

[ejournal.unesa.ac.id](http://ejournal.unesa.ac.id)

<1%

36

[digilib.uin-suka.ac.id](http://digilib.uin-suka.ac.id)

Internet Source

<1%

37

[repository.unpar.ac.id](http://repository.unpar.ac.id)

Internet Source

<1%

38

Manzoor A. Wani, Amit Kumar Mishra, Saloni Sharma, Ishtiaq A. Mayer, Mukhtar Ahmad. "Source Profiling of Air Pollution and its Association with Acute Respiratory Infections in the Himalayan Bound Region of India", Research Square, 2020

Publication

<1%

39

[adoc.pub](http://adoc.pub)

Internet Source

<1%

40

Nasruddin Nasruddin, Nurchayati Nurchayati. "Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2019

Publication

<1%

41

Matsun Matsun, Widha Sunarno, M Masykuri. "PENGUNAAN LABORATORIUM RIIL DAN VIRTUIL PADA PEMBELAJARAN FISIKA DENGAN MODEL INKUIRI TERBIMBING DITINJAU DARI KEMAMPUAN MATEMATIS DAN KETERAMPILAN BERPIKIR KRITIS",

<1%

# Jurnal Pendidikan Fisika, 2016

Publication

---

42

**zombiedoc.com**

Internet Source

<1%

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off