

**Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan
Konsumen *Skintific* pada Generasi Z**

Skripsi

diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh:

Fistiawirzani Sakiinah

NPM : 41183402190156



Strata 1

Program Studi Manajemen

Universitas Islam 45

Fakultas Ekonomi

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SKINTIFIC PADA GENERASI Z**

Tanggal: 03 Juni 2026

Oleh

Fistiawirzani Sakiinah
NPM: 41183402190156

Disetujui,
Pembimbing



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi
Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN SKINTIFIC PADA GENERASI Z**

Tanggal: 10 Juni 2026

Oleh

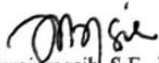
Fistiawirzani Sakiinah

NPM: 41183402190156

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II



Ria Margingsih, S.E., M.B.A.




Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E.


Mengetahui,
Pembimbing



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.




Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fistiawirzani Sakiinah

NPM : 41183402190156

Judul Skripsi Penelitian : PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SKINTIFIC PADA GENERASI Z

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik atau sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi,

Yang Menyatakan,



Fistiawirzani Sakiinah

NPM: 41183402190156

ABSTRAK

Fistiawirzani Sakiinah (41183402190156)

Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Konsumen *Skintific* pada Generasi Z.

xiv+124 halaman+ 26 tabel+ 7 gambar+ 2025+ 15 lampiran

kata kunci: *Influencer Marketing*, *Brand Image*, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen produk *Skintific* pada Generasi Z. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pesatnya kemajuan teknologi digital yang mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial, di mana peran *Influencer* menjadi sangat krusial dalam membentuk opini publik dan reputasi merek di mata Generasi Z. Untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling dan Sampel berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *Influencer Marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *Influencer Marketing* β_1 positif yaitu 0,226 dengan tingkat signifikan 0,022 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Variabel *Brand Image* berpengaruh positif terhadap kepuasan Konsumen dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *Brand Image* β_2 positif yaitu 0,881 dengan tingkat signifikan 0,000 di bawah *level of significant* yaitu 0,05. Nilai koefisien determinasi kepuasan konsumen produk *skintific* yang dipengaruhi oleh variabel *Influencer Marketing*, dan *Brand Image* dengan nilai *r-square* sebesar 0,689 atau dengan persentase 68,9% sedangkan sisanya 31,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim. Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Konsumen *Skintific* pada Generasi Z”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari banyak kendala dan rintangan dalam penyelesaian skripsi ini. Tetapi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, saran dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, untuk itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi dan
2. Ibu Dr. Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Ria Marginingsih, S.E., M.BA. dan Ibu Dr. Rianti Setyawasih, Ir., ME. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyempurnaan dan perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta membimbing menjadi pribadi yang lebih baik selama menempuh studi di Univesitas Islam 45 Bekasi.
6. Kepada kedua orang tua Saya mama dan papa, bapak Oswirza dan Ibu Fitri Yeni yang sangat Saya banggakan dan sangat Saya cintai karena telah memberikan do'a serta dukungan.

7. Kepada Sahabat Tercinta Viramita Tiyana Dan Nabilla Rahmadhany
Terimakasih atas bantuan motivasi yang selalu kalian berikan padaku.
8. Terimakasih kepada adikku Rafiza Dhaifullah dan Wanda Yang telah
Menghibur selama pembuatan skripsi dan membantu dalam skripsi.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu
yang telah membantu dan memperlancar proses penelitian dari awal
sampai dengan selesainya penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan demikian, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang tujuannya untuk membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis memohon kepada Allah Swt. agar membalas semua dukungan, bantuan, dan bimbingan yang diberikan oleh setiap orang. Penulis juga berharap skripsi ini akan dapat menambah ilmu dan mempunyai manfaat bagi para pembacanya. Aamiin.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi,

Penulis

Fistiawirzani Sakiinah

NPM:41183402190156

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| JUDUL..... | I |
| TANDA PERSENTUJUAN..... | II |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI..... | III |
| PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN..... | IV |
| ABSTRAK..... | VII |
| KATA PENGANTAR..... | IX |
| DAFTAR ISI..... | VIII |
| DAFTAR TABEL..... | XII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIII |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | XIV |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah..... | 15 |
| 1.5 Sistematika Pelaporan..... | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 18 |
| 2.1 Kepuasan Konsumen..... | 18 |
| 2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen..... | 18 |
| 2.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen..... | 19 |
| 2.1.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen..... | 19 |
| 2.1.4 Manfaat Kepuasan Konsumen..... | 19 |
| 2.1.5 Elemen Kepuasan Konsumen..... | 20 |
| 2.2 <i>Influencer Marketing</i> | 21 |
| 2.2.1 Pengertian <i>Influencer Marketing</i> | 21 |
| 2.2.2 Indikator <i>Influencer Marketing</i> | 22 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.2.3 | <i>Komponen Influencer Marketing</i> | 23 |
| 2.2.4 | <i>Jenis-Jenis Influencer Marketing</i> | 23 |
| 2.3 | <i>Brand Image</i> | 24 |
| 2.3.1 | <i>Pengertian Brand Image</i> | 24 |
| 2.3.2 | <i>Faktor-Faktor Brand Image</i> | 25 |
| 2.3.3 | <i>Dimensi-Dimensi Brand Image</i> | 26 |
| 2.3.4 | <i>Komponen Brand Image</i> | 27 |
| 2.3.5 | <i>Indikator Brand Image</i> | 28 |
| 2.4 | <i>Penelitian Terdahulu</i> | 28 |
| 2.5 | <i>Kerangka Pemikiran</i> | 33 |
| 2.6 | <i>Pengembangan Hipotesis</i> | 35 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 37 |
| 3.1 | <i>Desain penelitian</i> | 37 |
| 3.2 | <i>Lokasi dan Waktu Penelitian</i> | 38 |
| 3.2.1 | <i>Lokasi Penelitian</i> | 38 |
| 3.2.2 | <i>Waktu Penelitian</i> | 38 |
| 3.3 | <i>Populasi dan Sampel Penelitian</i> | 38 |
| 3.3.1 | <i>Populasi Penelitian</i> | 38 |
| 3.3.2 | <i>Sampel Penelitian</i> | 39 |
| 3.4 | <i>Data Penelitian</i> | 40 |
| 3.4.1 | <i>Jenis dan Sumber Data</i> | 40 |
| 3.4.2 | <i>Teknik Pengumpulan Data</i> | 40 |
| 3.5 | <i>Instrumen Penelitian</i> | 42 |
| 3.5.1 | <i>Variabel Keputusan Konsumen</i> | 42 |
| 3.5.2 | <i>Variabel Influencer Marketing</i> | 43 |
| 3.5.3 | <i>Variabel Brand Image</i> | 44 |
| 3.6 | <i>Teknik Analisis Data</i> | 44 |
| 3.6.1 | <i>Uji Validitas</i> | 44 |
| 3.6.2 | <i>Uji Realibilitas</i> | 45 |
| 3.6.3 | <i>Uji Asumsi Klasik</i> | 46 |
| 3.6.3.1 | <i>Uji asumsi normalitas</i> | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6.3.2 Uji asumsi multikolinearitas | 46 |
| 3.6.3.3 Uji heterokedastisitas | 47 |
| 3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda | 47 |
| 3.6.5 Uji T | 48 |
| 3.6.6 Uji F | 48 |
| 3.6.7 Uji Koefisien Determinasi | 49 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 51 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan | 51 |
| 4.1.2 Visi Dan Misi | 52 |
| 4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin | 53 |
| 4.1.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 53 |
| 4.1.5 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 54 |
| 4.1.6 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan | 55 |
| 4.1.7 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan aktivitas Digital | 56 |
| 4.1.8 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk Skintific | 57 |
| 4.2 Hasil Uji Statistik | 58 |
| 4.4.1 Uji validitas <i>Influencer Marketing</i> | 58 |
| 4.4.2 Uji validitas <i>Brand Image</i> | 59 |
| 4.4.3 Uji validitas kepuasan konsumen | 60 |
| 4.3 Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.4 Dekripsi Analisis Data | 61 |
| 4.4.1 Hasil Jawaban Responden <i>Variabel Influencer Marketing</i> | 61 |
| 4.4.2 Hasil Jawaban Responden <i>Variabel Brand Image</i> | 63 |
| 4.4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen | 64 |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik | 66 |
| 4.5.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas | 66 |
| 4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas | 68 |
| 4.5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas | 69 |
| 4.5.4 Hasil Uji Analisis Korelasi Regresi Berganda | 71 |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis | 73 |

| | |
|---|-----------|
| 4.6.1 Hasil Uji T..... | 73 |
| 4.6.2 Hasil Uji F..... | 75 |
| 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 76 |
| 4.8 Pembahasan..... | 77 |
| 4.8.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> (X1) terhadap Kepuasan Konsumen..... | 77 |
| 4.8.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Kepuasan Konsumen | 78 |
| 4.9 Keterbatasan penelitian | 79 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 80 |
| 5.1 Simpulan..... | 80 |
| 5.2 Saran..... | 80 |
| LAMPIRAN..... | 85 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 2 Pra Survei Kepuasan Konsumen..... | 7 |
| Tabel 1. 3 Pra Survei Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen..... | 9 |
| Tabel 1. 4 Pra Survei <i>Influencer Marketing</i> | 10 |
| Tabel 1. 5 Top Brand dari Q2-Q4 Tahun 2024..... | 12 |
| Tabel 1. 6 Pra Survei <i>Brand Image</i> | 13 |
| Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban Kuesioner dengan Skala Likert..... | 42 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin..... | 53 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 53 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..... | 54 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan..... | 56 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan aktivitas Digital..... | 56 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk Skincare..... | 57 |
| Tabel 4. 8 Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i> | 58 |
| Tabel 4. 9 Uji Validitas <i>Brand Image</i> | 59 |
| Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kepuasan konsumen (Y)..... | 60 |
| Tabel 4. 11 hasil Uji Reliabilitas..... | 61 |
| Tabel 4. 12 Deskripsi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Influencer Marketing</i> | 61 |
| Tabel 4. 13 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X2)..... | 63 |
| Tabel 4. 14 Hasil Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... | 64 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> | 67 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 69 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)..... | 70 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji T (Parsial)..... | 74 |
| Tabel 4. 19 Uji F..... | 75 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)..... | 76 |




DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Pangsa Pasar dan Pendapatan merek teratas (Q3 2024)..... | 4 |
| Gambar 1. 2 Tren Penjualan Serum & Essense..... | 5 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| Gambar 4. 1 Normal Probability Histogram..... | 66 |
| Gambar 4. 2 Normal Probability Plot..... | 67 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokrdastiasitas (Uji Scatter Plot)..... | 71 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji Analisis Korelasi Regresi Linear Berganda..... | 72 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran : 2 Prasarvei..... | 85 |
| Lampiran : 3 Kuisiomer Penelitian..... | 88 |
| Lampiran : 4 Tabulasi Data..... | 95 |
| Lampiran : 5 Output Data Validitas Software SPSS 25..... | 104 |
| Lampiran : 6 Output Data Reliabilitas Software SPPS 25..... | 107 |
| Lampiran : 7 Output Data Uji Asumsi Klasik..... | 108 |
| Lampiran : 8 Distribusi Nilai (r tabel)..... | 111 |
| Lampiran : 9 Distribusi Nilai (t tabel)..... | 112 |
| Lampiran : 10 Distribusi Nilai (F tabel)..... | 115 |
| Lampiran : 11 Kartu Seminar Proposal..... | 116 |
| Lampiran : 12 Surat Keputusan Pembimbing..... | 118 |
| Lampiran : 13 Kartu Bimbingan Skripsi..... | 119 |
| Lampiran : 14 Daftar Riwayat Hidup..... | 125 |
| Lampiran : 15 Hasil Cek Plagiarisme..... | 126 |

Top Sources

- 8%  Internet sources
- 5%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

| | | | |
|----|----------|---------------------------------|-----|
| 1 | Internet | etheses.iainponorogo.ac.id | <1% |
| 2 | Internet | repository.unsulbar.ac.id | <1% |
| 3 | Internet | repositori.uma.ac.id | <1% |
| 4 | Internet | jurnal.ubd.ac.id | <1% |
| 5 | Internet | repository.stie-binakarya.ac.id | <1% |
| 6 | Internet | repositori.uin-alauddin.ac.id | <1% |
| 7 | Internet | repository.unismabekasi.ac.id | <1% |
| 8 | Internet | jurnal.polgan.ac.id | <1% |
| 9 | Internet | repository.umsu.ac.id | <1% |
| 10 | Internet | j-las.lemkomindo.org | <1% |
| 11 | Internet | repository.ar-raniry.ac.id | <1% |

| | | | |
|----|-------------|--|-----|
| 12 | Publication | Annisaa Ermi Salsabila, Ida Ayu Sri Brahmayanti. "PENGARUH BRAND IMAGE, BRA..." | <1% |
| 13 | Internet | jurnal.ikbis.ac.id | <1% |
| 14 | Internet | mail.bajangjournal.com | <1% |
| 15 | Internet | docplayer.info | <1% |
| 16 | Internet | repo.undiksha.ac.id | <1% |
| 17 | Internet | journal.stiem.ac.id | <1% |
| 18 | Internet | eprints.walisongo.ac.id | <1% |
| 19 | Internet | jurnal.usi.ac.id | <1% |
| 20 | Publication | Laela Ferdiah Thalib, Amrin Soamole, Indria Sukma Sektiyaningsih. "ANALISIS KE..." | <1% |
| 21 | Internet | repository.ub.ac.id | <1% |
| 22 | Internet | theses.uin-malang.ac.id | <1% |
| 23 | Internet | digilib.uin-suka.ac.id | <1% |
| 24 | Internet | repository.uinsaizu.ac.id | <1% |
| 25 | Internet | ejournal.unpra.ac.id | <1% |

| | | | |
|----|-------------|---|-----|
| 26 | Internet | www.researchgate.net | <1% |
| 27 | Internet | digilib.uinkhas.ac.id | <1% |
| 28 | Internet | repository.poltekkes-tjk.ac.id | <1% |
| 29 | Internet | jes.stie-sak.ac.id | <1% |
| 30 | Internet | repository.uinpalopo.ac.id | <1% |
| 31 | Internet | 123dok.com | <1% |
| 32 | Internet | id.scribd.com | <1% |
| 33 | Internet | journal.unuha.ac.id | <1% |
| 34 | Internet | repository.ulb.ac.id | <1% |
| 35 | Publication | Luh Meira Khirana Dewi, Dewiwati Sujadi. "Pengaruh Budaya Organisasi, Komuni... | <1% |
| 36 | Internet | eprints.iain-surakarta.ac.id | <1% |
| 37 | Internet | journal.universitassuryadarma.ac.id | <1% |
| 38 | Internet | repository.uigm.ac.id | <1% |
| 39 | Publication | Nurhayani, Afnida Firdaniati. "Pengaruh Promosi Kesehatan dan Kualitas Pelayan... | <1% |

| | | | |
|----|-------------|---|-----|
| 40 | Publication | Siska Silvia M. Situngkir, Diah Febriyanti. "Pengaruh Gross Profit Margin, CR Dan ... | <1% |
| 41 | Internet | konsultasiskripsi.com | <1% |
| 42 | Internet | repository.unifa.ac.id | <1% |
| 43 | Internet | repository.radenintan.ac.id | <1% |
| 44 | Internet | openjournal.unpam.ac.id | <1% |
| 45 | Internet | repository.nobel.ac.id | <1% |
| 46 | Internet | repository.itpln.ac.id | <1% |
| 47 | Publication | Adelya Natasya Nasution, Syukron Arjuna. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi G... | <1% |
| 48 | Internet | eprints.unipdu.ac.id | <1% |
| 49 | Internet | journal.yrpiaku.com | <1% |
| 50 | Internet | repository.unmul.ac.id | <1% |
| 51 | Internet | repository.usu.ac.id | <1% |
| 52 | Internet | repositori.stiamak.ac.id | <1% |
| 53 | Internet | repository.upbatam.ac.id | <1% |

54

Publication

Dewi Vinata, Okti Sri Purwanti. "Hubungan Tingkat Stres dengan Terjadinya Gast... <1%

55

Internet

ejournal.unsrat.ac.id <1%

56

Internet

repository.teknokrat.ac.id <1%

57

Publication

Ahmad Nadhim Musyarrof. "Pengaruh Budaya Kerja, Disiplin, Loyalitas, Terhadap... <1%

58

Publication

Ezar Widyadhana, Taufik Akbar. "Struktur Modal, Profitabilitas, dan Nilai Perusah... <1%

59

Publication

Pronika Pronika, Anisa Kusuma Wardani. "Pengaruh kepemilikan majerial,kepem... <1%

60

Internet

achamad.staff.ipb.ac.id <1%

61

Internet

digilib.unimed.ac.id <1%

62

Internet

eprints.upj.ac.id <1%

63

Internet

etd.uinsyahada.ac.id <1%

64

Internet

library.binus.ac.id <1%

65

Internet

repository.uin-suska.ac.id <1%

66

Internet

repository.unigal.ac.id:8080 <1%

67

Publication

Siti Zakiyatul Fikriyah, Mochammad Deddy Soe'aidy, Fikni Mutiara Rachma. "Hu... <1%

68

Publication

Andyra Salsabila, Rizki Nikmathul Husna Ali, Fatmah Zakaria, Nour Arriza Dwi M... <1%