



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Muhammad Ridzky Kasthalani
Assignment title: Jurnal
Submission title: PENGARUH CITRA MEREK DAN IPROM
File name: JURNAL.docx
File size: 98.44K
Page count: 10
Word count: 2,594
Character count: 16,041
Submission date: 14-Oct-2021 02:23PM (UTC)
Submission ID: 1673585817

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Phil I Ketut Gunawan, MA.
NIP. 19631222 199002 1 001

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MIE DENSUS 999 DI SAMARINDA

Muhammad Ridzky Kasthalani¹, Aditya Arie H², Muhammad Fikry³

Abstrak

Menjadi langkah awal menuju suatu tujuan yang telah ditentukan yaitu dimulai dengan disiplin yang baik. Terdapat banyak kekurangan dalam kinerja pegawai salah satunya yaitu rendahnya pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan pegawai yang biasanya dilakukan pada saat inspeksi yang dilakukan oleh pimpinan lebih tinggi. Banyak pegawai negeri sipil yang masih sibuk dengan urusannya sendiri, salah satunya yaitu tidak masuk kerja yang termasuk ke pelanggaran. Pegawai yang mendapatkan prestasi kerja jarang mendapatkan penghargaan lisan maupun kenaikan jabatan. Ketika upacara pagi sedikit yang datang, banyak yang iku presensi namun sedikit yang hadir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kedisiplinan kerja pegawai negeri sipil di kantor Pasar itra Niaga Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Objek penelitian adalah Pasa Niaga Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan dilihat dari seluruh indikator dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja pegawai negeri sipi di kanotr Pasar Citra Niaga Kota Samarinda belum bejalan dengan baik.

Pendahuluan

Perkembangan pola konsumsi mie instan penduduk Indonesia dalam beberapa tahun terakhir dikatakan semakin meningkat dapat dilihat dari data yang diberikan World Instant Noodles Association (WINA) yaitu konsumsi mie instan penduduk yang ada di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya, dapat diketahui bahwa pada tahun 2013, konsumsi mie instan masyarakat Indonesia secara total sebanyak 14,9 miliar mie instan atau bungkus, dan mencapai peningkatan yang signifikan sampai dengan 1 miliar mie instan apabila dilakukan perbandingan dengan konsumsi mie instan di tahun 2009. Hal ini mempunyai arti bahwa secara rata-rata tiap penduduk atau masyarakat Indonesia mampu melakukan konsumsi sampai dengan 60-61 bungkus atau 1,5 dus mie instan di tahun 2013. Angka konsumsi mie instan yang mengalami perlonjakan ini memberikan posisi Indonesia di tempat ke 2 yang merupakan negara terbesar melakukan konsumsi mie instan setelah Cina yang ada di urutan pertama, Cina tingkat konsumsi mie instan meraih pencapaian sampai dengan 46,2 miliar mie instan atau 46,2 bungkus. (www.kompasiana.com)

Dalam bisnis kuliner mie instan menjadi menu pilihan yang disukai oleh konsumen, sehingga beberapa bisnis kuliner membuat inovasi dari produk mie instan. Inovasi dari mie instan yang saat ini sedang menjadi trend pada bisnis kuliner di Samarinda adalah mie instan yang diolah dengan cita rasa pedas. Beberapa bisnis kuliner yang menyediakan mie instan dengan cita rasa pedas sebgai

¹ Dosen Pembimbing 2, Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman