

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH DI PERUMAHAN TAMAN WISATA REGENCY
KABUPATEN GRESIK**



Disusun Oleh:

DIMAS RISKY TRI ISMIWANTO

NBI: 1211800265

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
RUMAH DI PERUMAHAN TAMAN WISATA REGENCY
KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Disusun Oleh :

DIMAS RISKY ISMIWANTO

NPM : 1211800265

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Dimas Risky Tri Ismiwanto
NBI : 1211800265
Falkutas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Taman Wisata Regency Kabupaten Gresik

Surabaya, 28 Juni 2022
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing

Dr. A. Halik, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 13 Juli 2022

TIM PENGUJI

1. **Dr. A. Halik MM** **Ketua :**

2. **Dra Sri Budi K., MM** **Anggota :**

3. **Gustaf Naufan F., A.Md., SE., MM** **Anggota :**

**Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,**

Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA
NPP. 20220.93.0319

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTIPLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini

1. Nama Lengkap (KTP) : Dimas Risky Tri Ismiwanto
2. NBI : 1211800265
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578182510000001
6. Alamat Rumah (KTP) : Lakarsantri 1/26b RT 03 RW 01 Gresik

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN TAMAN WISATA REGENCY KABUPATEN GRESIK”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 28 Juni 2022

(Dimas Risky Tri Ismiwanto)



**UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMAAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Risky Tri Ismiwanto
NBI/ NPM : 1211800265
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Taman Wisata Regency Kabupaten Gresik

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 15 Juli 2022

Yang Menyatakan,

(Dimas Risky Tri Ismiwanto)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua, keluarga dan teman teman terdekat terima kasih atas limpahan do'a, semangat, motivasi, kasih sayang dan perhatian, serta dukungan yang telah diberikan selama ini.

Dan untuk almamaterku Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, tempatku menimba ilmu pengetahuan serta belajar banyak tentang perjalanan hidup.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang teteh melimpahkan rahmat, berkah dan karunia-Nya hingga selama proses pengerjaan skripsi ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN TAMAN WISATA REGENCY KABUPATEN GRESIK**” dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat Universitas untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam Penyusunan skripsi ini penyusun telah mendapat banyak batuan dan petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung kegiatan saya sehingga mendapat motivasi lebih dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. A.Halik, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan selama proses penyusuna skripsi ini.
3. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA, CPAI, selaku Rektor Universitas 17 Agustus Surabaya.
4. Bapak Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK., CA, selaku dekan Dekan Universitas 17 Agustus Surabaya.
5. Ibu Dr. Ec. Ulfi Pristiana, M,Si, selaku Kepala Progam Studi Manajamen.
6. Seluruh Dosen dan staff dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya.
7. Untuk teman-teman saya dari awal masuk perkuliahan hingga sampai akhir perkuliahan terima kasih atas jabat erat tangan kita, saling membantu sama lain dan tentunya saya tidak lupa atas kebahagiaan kalian semua.
8. Untuk teman-teman warkop PARBOK yang selalu support dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu dengan kerendahaan hati merupakan satu kehormatan bila ada kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata

penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Juni 2022

(Dimas Risky Tri Ismiwanto)

RINGKASAN

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang sudah membeli dan menempati rumah di perumahan taman wisata regency Kabupaten Gresik dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan margin error 10% dan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Teknik analisis yang digunakan validitas, reabilitas, regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi, uji asumsi klasik untuk pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (f).

Dari hasil uji regresi linier berganda $Y = 0,575 + 0,379X_1 + 0,565X_2$, hal ini simultan menunjukkan pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y . Dan nilai F hitungnya 21,515. Diketahui nilai signifikansi untuk Persepsi Harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,366 > t$ tabel 1,664. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak H_a diterima. Diketahui nilai signifikansi untuk Promosi Penjualan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,248 > t$ tabel 1,664. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak H_a diterima. Dan diketahui nilai R square sebesar 0,358 Hal ini menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel bebas maupun oleh variasi dari Keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas, yaitu Persepsi Harga (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2), sedangkan sisanya $= 100\% - 35,8\% = 64,2\%$ dijelaskan oleh variabel lain. Dapat kategorikan dalam penelitian ini nilai r square 0,358 atau 35,8% adalah moderat karena lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67.

SUMMARY

In this research, the population used is all consumers who have bought and occupied a house in the Gresik Regency Tourism Park housing estate with the sampling technique using the Slovin with an error margin of 10%. and the number of samples is 80 respondents. The analytical techniques used are validity, reliability, multiple linear regression and coefficient of determination analysis, classical assumption test for hypothesis testing using partial test (t) and simultaneous test (f).

From the results of multiple linear regression test $Y = 0.575 + 0.379X_1 + 0.565X_2$, this shows the simultaneous effect of X_1 and X_2 on Y . And the calculated F value is 21.515. It is known that the significance value for Price Perception (X_1) on purchasing decisions (Y) is $0.000 < 0.05$ and the t -count value is $2.366 > t$ table 1.664, this shows that the hypothesis in this study H_0 is rejected. H_a is accepted. It is known that the significance value for Sales Promotion (X_2) on purchasing decisions (Y) is $0.000 < 0.05$ and the t -count value is $3.248 > t$ -table 1.664. This shows that the hypothesis in this study H_0 is rejected. H_a is accepted. And it is known that the value of R square is 0.358. This shows how much variation from the independent variable and by variations in the purchase decision (Y) can be explained by the two independent variables, namely Price Perception (X_1) and Sales Promotion (X_2), while the rest = $100\% - 35.8\% = 64.2\%$ explained by other variables. Can be categorized in this study the value of r square 0.358 or 35.8% is moderate because it is more than 0.33 but lower than 0.67.

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH DI PERUMAHAN
TAMAN WISATA REGENCY KABUPATEN GRESIK**

Dimas Risky Tri Ismiwanto

Email: dimasrizky48@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Angka pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat dengan meningkatnya angka pertumbuhan penduduk maka kebutuhan akan rumah semakin tinggi. Oleh karena itu, dengan meningkatnya kebutuhan akan rumah maka banyak pengembang-pengembang baru yang bermunculan dalam bisnis properti. Seiring dengan gaya hidup masyarakat modern yang dinamis dan persaingan dalam bisnis properti yang semakin ketat, maka banyak pengembang yang membangun rumah dengan desain yang minimalis dan menawarkan harga rumah yang terjangkau dan mampu bersaing dengan harga rumah yang ditawarkan oleh developer lainnya serta memiliki strategi promosi yang menarik dan efektif sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk segera melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu, adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian rumah di perumahan taman wisata regency kabupaten gresik. Sampel yang digunakan berjumlah 80 responden yang merupakan konsumen pembeli rumah di perumahan Taman Wisata Regency dan telah berusia diatas 20 tahun. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 sebagai teknik analisis dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode probability sampling dengan teknik pengambilan sampel random sampling, yaitu sampel yang berasal dari anggota populasi yang dilakukan secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi harga dan Promosi Penjualan memiliki kontribusi dan berpengaruh positif signifikan dalam mempengaruhi konsumen untuk segera melakukan Keputusan Pembelian rumah di perumahan Taman Wisata Regency Kabupaten Gresik.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND SALES PROMOTION ON
HOUSE PURCHASE DECISIONS IN REGENCY TOURISM PARK HOUSING,
GRESIK REGENCY***

Dimas Risky Tri Ismiwanto

Email: dimasrizky48@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRACT

The population growth rate in Indonesia is increasing with the increasing population growth rate, the need for housing is getting higher. Therefore, with the increasing demand for houses, many new developers have sprung up in the property business. Along with the dynamic lifestyle of modern society and increasingly fierce competition in the property business, many developers are building houses with minimalist designs and offering affordable housing prices and being able to compete with house prices offered by other developers and have attractive promotional strategies. and effective so that it can influence consumers to immediately make purchasing decisions. Therefore, this study aims to determine the effect of price perception and sales promotion on home buying decisions in Taman Wisata Regency, Gresik Regency. The sample used is 80 respondents who are home buyers in Taman Wisata Regency housing and are over 20 years old. This study uses SPSS version 25 as an analytical technique and the sampling method used is the probability sampling method with a random sampling technique, namely samples from members of the population that are carried out randomly. The results of the study indicate that price perception and sales promotion have a significant positive contribution and influence in influencing consumers to immediately make a home purchase decision at Taman Wisata Regency, Gresik Regency.

Keywords: Price Perception, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
RINGKASAN.....	x
<i>SUMMARY</i>	xi
ABKSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	8
2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.1.4 Pengertian Perumahan.....	9
2.1.5 Pengertian Persepsi Harga.....	9
2.1.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	11
2.1.7 Indikator Persepsi Harga.....	12
2.1.8 Pengertian Promosi Penjualan.....	12
2.1.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi Penjualan.....	13
2.1.10 Indikator Promosi Penjualan.....	14
2.1.11 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.12 Tingkat Keterlibatan Konsumen.....	17
2.1.13 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.14 Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen.....	19

2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Pengaruh Antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2 Pengaruh Antara Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4.4 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	30
3.6.1 Definisi Variabel.....	30
3.6.2 Definisi Operasional.....	31
3.7 Proses Pengolahan Data.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Validitas.....	32
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.10 Koefisien Determinasi.....	33
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.12 Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum PT. Graha Mukti Indah.....	37
4.1.1 Profil PT. Graha Mukti Indah.....	37
4.1.2 Alamat Kantor.....	38
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4.2.4 Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab.....	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39

4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan Per-bulan.....	40
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	41
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	41
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	42
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	43
4.4 Metode Analisis Data.....	45
4.4.1 Uji Validitas.....	45
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	47
4.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	48
4.5.3 Uji Autokorelasi.....	48
4.5.4 Uji Normalitas Data.....	49
4.6 Pengujian Analisis Data.....	50
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	52
4.7 Uji Hipotesis.....	52
4.7.1 Uji T.....	52
4.7.2 Uji F.....	54
4.8 Pembahasan.....	55
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.8.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.8.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.9 Implikasi Penelitian.....	58
4.10 Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 3.1 Kurva Uji T.....	35
Gambar 3.2 Kurva Uji F.....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Gambar 4.2 Kurva Uji T H1.....	53
Gambar 4.3 Kurva Uji T H2.....	54
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Rumah PT Graha Mukti Indah	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per-bulan	40
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	41
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan	41
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.15 Hasil Uji T	53
Tabel 4.16 Hasil Uji F	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	68
Lampiran 3 Pengelolahan Data Karakteristik Responden.....	75
Lampiran 4 Uji Validitas.....	77
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 7 Analisis Data.....	90
Lampiran 8 Teknik Pengujian Hipotesis.....	91
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi.....	92
Lampiran 10 Surat Balasan Perusahaan.....	93
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	94