

# SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *E-MARKETING* TERHADAP MINAT BELI YOGURT CIMORY  
DI WARU SIDOARJO  
(Studi Kasus Brand Cimory di Indomaret Waru Sidoarjo)**



Oleh :

**IKA HIDAYATUL RAHMAH**  
**NBI : 1211800248**

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

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *E*  
*MARKETING* TERHADAP MINAT BELI YOGURT CIMORY  
DI WARU SIDOARJO**

(Studi Kasus Brand Cimory di Indomaret Waru Sidoarjo)



Oleh :

**IKA HIDAYATUL RAHMAH**

**1211800248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN *E*  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI YOGURT CIMORY  
DI WARU SIDOARJO**

**(Studi Kasus Brand Cimory di Indomaret Waru Sidoarjo)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Oleh :**

**IKA HIDAYATUL RAHMAH**

**1211800248**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Ika Hidayatul Rahmah

NBI : 1211800248

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

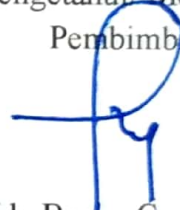
Judul Skripsi :

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan *E Marketing*  
terhadap Minat Beli Yogurt Cimory Di Waru Sidoarjo  
(Studi Kasus Brand Cimory Di Indomaret Waru Sidoarjo)**

Surabaya, 6 Juli 2022

Mengetahui/ Menyetujui

Pembimbing



Dr. Ida Bagus Cempena, MM

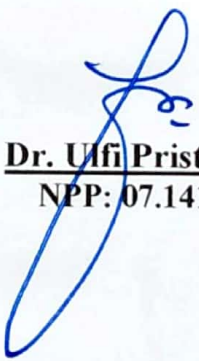
## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ika Hidayatul Rahmah  
NBI : 1211800249  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi :

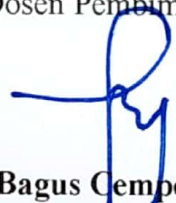
**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan *E Marketing*  
terhadap Minat Beli Yogurt Cimory Di Waru Sidoarjo  
(Studi Kasus Brand Cimory Di Indomaret Waru Sidoarjo)**

Surabaya, 6 Juli 2022


Mengetahui:  
Kaprosdi Program Studi  
Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

  
**Dr. Ufi Pristiana, M.Si**  
NPP: 07.141263.01

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing

  
**Dr. Ida Bagus Cempena, MM**  
NPP: 20.21009202.90

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

  
**Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA**  
NPP : 20220.93.0319

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi saya guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 26 Juni 022

### TIM PENGUJI :

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM : Ketua



2. Dr. Siti Mujanah, MBH, PH.D. : Anggota



3. Drs.Ec. Rudy Santoso, MM : Anggota



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



Dr. H Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP: 20220.93.0319



## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 1. Nama Lengkap       | : Ika Hidayatul Rahmah  |
| 2. NBI                | : 1211800249  |
| 3. Fakultas           | : Ekonomi dan Bisnis  |
| 4. Program Studi      | : Manajemen   |
| 5. NIK (KTP)          | : 3515184510990015  |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Ds. Tambak Sumur No 5-B Rt 005 Rw<br>003 Tambak sumur Waru Sidoarjo |

Dengan ini menyatakan skripsi saya yang berjudul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *E-MARKETING* TERHADAP MINAT BELI YOGURT CIMORY DI WARU SIDOARJO”**

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

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

Surabaya, 6 Juli 2022

  
METERAL  
TEMPEL  
14071AKX071634049  
Ika Hidayatul Rahmah



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031.593 1800 (ex.311)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ika Hidayatul Rahmah  
NBI : 1211800249  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prpgram Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN E-MARKETING TERHADAP MINAT BELI YOGURT CIMORY DI WARU SIDOARJO”**

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Pada  
Tanggal :

Yang membuat





## HALAMAN PERSEMBAHAN

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

Diri saya sendiri yang mampu berjuang dan bertahan sampai saat ini dan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan kebahagiaan.

Orang tua, 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

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari batuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ida Bagus Cempena, MM, selaku Pembimbing yang telah banyak ilmu serta memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan wawasannya, Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian dan telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kepada Dosen Penguji Bapak Dr. Ida Bagus Cempena, MM., Bapak Drs. Ec. Rudy Santoso, MM., Ibu Dr. Siti Mujanah, MBH. PH.D. di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya hingga ujian skripsi ini.
6. Kepada Pt. Cisarua Mountain Dairy (Cimory), yang telah memberi dukungan dan bahan penelitian serta memberi bantuan data untuk kemudian saya teliti hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman saya yang ada dalam "grup perbokepan" yang beranggota : Among, Basri, Bima, Chandra Eka, Dimas Risky, Kholid, Rama, Sigit, Yoggi, Zainuri yang dengan sabar menghadapi tingkah saya dan selalu membantu saya ketika kesusahan serta menjadi penyemangat dalam masa perkuliahan.

8. Muhammad Fikri Fajar Maulana, yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi, memberi semangat, memberi cinta dan kasih sayang, sabar tanpa batas dengan keluhan keluhan yang tidak masuk akal dan doa serta bantuan lainnya yang tidak bisa diungkapkan.
9. Teman teman dari grup "Ghibah" yang beranggotakan Hanny Hamidah, Febiany Liyun Anggela, Sigit Dwi Kumianto yang dengan suka cita berbagi masalah semasa hidup dan menambah beban dalam mengerjakan tapi membuat lelucon dalam kehidupan.
10. Diri saya sendiri, yang mampu bertahan hingga tercapainya penulisan ini, yang selalu berusaha kuat dengan masalah dan beban yang selalu bertambah, terimakasih sudah mencapai titik yang sangat sulit untuk dilampaui.

Surabaya, 06 Juli 2022

Penulis

Ika Hidayatul Rahmah



## *ABSTRACT*

### **INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND E-MARKETING ON INTEREST TO BUY CIMORY YOGURT**

**(Case study in waru Sidoarjo)**

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price perception and e-marketing on interest in buying Cimory yogurt (a case study in Waru Sidoarjo) either partially or simultaneously. In this study, the population used was all customers who bought the product by using the sampling technique by chance using the ancient formula with a sample size of 96 respondents. The analytical techniques used are validity, reliability, multiple linear regression and coefficient of determination analysis, for hypothesis testing using partial test (t) and simultaneous test (F).

**Keywords:** ProductQuality, Price Perception, E-Marketing, and Buying Interes

## RINGKASAN

### **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, E-marketing Terhadap Minat Beli Yogurt Cimory di Waru Sidoarjo (Studi kasus di waru Sidoarjo)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan e-marketing terhadap minat beli yogurt cimory (studi kasus di waru sidoarjo) baik secara parsial maupun secara simultan.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang membeli produk dengan teknik penentuan sampel secara kebetulan menggunakan rumus purba dengan jumlah sampel 96 responden. Teknik analisis yang digunakan validitas, reabilitas, regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi, untuk pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (F).

Dari hasil uji regresi linier berganda  $Y = 2,154 + 0,202 X_1 + 0,311 X_2 + 0,347 X_3$ , hal ini simultan menunjukkan pengaruh  $X_1, X_2$ , dan  $X_3$  secara simultan terhadap  $Y$ . Dan nilai F hitungnya 82,997. Diketahui nilai signifikansi untuk kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) adalah  $0,006 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,795 > t$  tabel 1,984, Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Diketahui nilai signifikansi untuk Persepsi harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah  $0,006 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,834 > t$  tabel 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Diketahui nilai signifikansi untuk flash Sale ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,460 > t$  tabel 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Dan diketahui nilai R square sebesar ,721 Hal ini menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel bebas maupun oleh variasi dari Keputusan pembelian ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Persepsi harga ( $X_2$ ) dan flash Sale ( $X_3$ ), sedangkan sisanya =  $100\% - 72,1\% = 27,9\%$  dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, E-Marketing, dan Minat Beli**

## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR SURAT PERYATAAN ANTI PLAGIASI.....	vi
LEMBAR SURAT PERYATAAN PUBLIKASI.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT.....	xi
RINGKASAN .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4 Kualitas Produk.....	9
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	10
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	10
2.1.5 Persepsi Harga.....	11
2.1.5.1 Pegertian Persepsi Harga.....	11
2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	11
2.1.5.3 Indikator Persepsi Harga.....	12
2.1.6 <i>E-Marketing</i> .....	12
2.1.6.1 Pengertian <i>E-Marketing</i> .....	12
2.1.6.2 Jenis-jenis <i>E-Marketing</i> .....	13
2.1.6.3 Manfaat Dalam Menggunakan Transaksi <i>E-Marketing</i> .....	14



2.1.6.4 Indikator <i>E-Marketing</i> .....	14
2.1.7 Minat Beli.....	15
2.1.7.1 Pengertian Minat Beli .....	15
2.1.7.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	15
2.1.7.3 Indikator Minat Beli.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	20
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	20
2.3.3. Hubungan <i>E-Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	21
2.3.3. Hubungan Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan <i>E-Marketing</i> Terhadap Minat Beli .....	22
2.4 Kerangka Konseptual .....	23
2.5 Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.2.1 Tempat Penelitian.....	27
3.2.2 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 .....	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Definisi Variabel dan Devinisi Operasional.....	30
3.6.1 Definsi Variabel .....	30
3.6.2 Devinisi Operasional.....	31
3.7 Proses Pengolahan Data .....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	34
3.8.1 Uji Validitas .....	34
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.9 Teknik pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	36
3.9.1 Uji Regresi Linier Berganda .....	36
3.9.2 Uji Koefisien Diterminasi (R <sup>2</sup> ).....	36
3.9.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)).....	36

3.9.4 Uji F .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2 Visi dan Misi .....	40
4.2.1 Visi .....	40
4.2.2 Misi.....	40
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	40
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	40
4.3.1.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.3.1.2 Deskripsi Berdasarkan Usia.....	41
4.3.1.3 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
4.3.1.4 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.3.1.5 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	43
4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	43
4.3.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	44
4.3.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga .....	45
4.3.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>E-Marketing</i> .....	46
4.3.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli .....	47
4.4 Metode Analisa Data.....	48
4.4.1 Uji Instrumen .....	48
4.4.1.1 Uji Validitas .....	48
4.4.1.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.2.1 Uji Normalita Data.....	51
4.4.2.2 Uji Multikolonieritas.....	52
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.5 Pengujian Analisis Data .....	54
4.5.1 Analisis Linier Berganda.....	54
4.5.2 Analisis Koefisien Detirminasi ( $R^2$ ) .....	56
4.6 Uji Hipotesis.....	57
4.6.1 Uji Parsial (Uji-t).....	57
4.6.2 Uji F.....	58
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	59
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	59
4.7.3 Pengaruh <i>E-Marketing</i> Terhadap Minat Beli .....	60
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan <i>E-Marketing</i> Terhadap Minat Beli.....	60

4.7.5 Implikasi Penelitian .....	60
4.7.6 Keterbatasan Penelitian .....	61
BAB V PENUTUP .....	63
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	67



## DAFTAR TABEL

1.1 Presentase Data Penjualan Yogurt Cimory Dari Tahun 2020 .....	3
4.1 Jenis Kelamin Responden .....	40
4.2 Usia Responden .....	41
4.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	41
4.4 Pekerjaan Responen .....	42
4.5 Pendapatan Perbulan Responden .....	43
4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1) .....	44
4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2) .....	45
4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel E-Marketing (X3) .....	46
4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) .....	47
4.10 Hasil Uji Validitas .....	48
4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
4.12 Hasil Uji Normalitas .....	51
4.13 Hasil Uji Multikolonieritas .....	52
4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	54
4.15 Hasil Uji Koefisien Detirminasi (R <sup>2</sup> ) .....	56
4.16 Hasil Uji-t .....	57
4.17 Hasil Uji F .....	58

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Konseptual.....	23
4.1 Gambar Uji Heteroskedastisitas.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	68
Lampiran 2 .....	74
Lampiran 3 .....	77
Lampiran 4 .....	80
Lampiran 5 .....	84
Lampiran 6 .....	87
Lampiran 7 .....	89
Lampiran 8 .....	91
Lampiran 9 .....	93
Lampiran 10 .....	95
Lampiran 11 .....	96
Lampiran 12 .....	97
Lampiran 13 .....	98
Lampiran 14 .....	99
Lampiran 15 .....	100
Lampiran 16 .....	100
Lampiran 17 .....	101
Lampiran 18 .....	101
Lampiran 19 .....	102
Lampiran 20 .....	105
Lampiran 21 .....	107
Lampiran 22 .....	110
Lampiran 23 .....	111
Lampiran 24 .....	11