SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

Oleh :

RIFKA ALIFIA SAFIRA
NBI : 1211800115

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

Oleh :

RIFKA ALIFIA SAFIRA

NBI : 1211800115

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

SKRIPSI

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

Oleh :

RIFKA ALIFIA SAFIRA

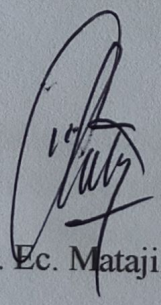
NBI : 1211800115

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap	:	Rifka Alifia Safira
NBI	:	1211800115
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN"

Surabaya, 06 Juli 2022
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,



Drs. Ec. Mataji, MM.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan 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 16 Juli 2022

TIM PENGUJI :

1. Dr.Ir.Hotman Panjaitan,MT.MM — Ketua : .....

2. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA — Anggota : .....

3. Drs. Ec. Mataji, 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 dibawah:

1. Nama Lengkap (KTP) : Rifka Alifia Safira
2. NBI : 1211800115
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578055906000003
6. Alamat Rumah (KTP) :Kedung Rukem 4 No. 47 Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

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

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sebagai apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 07 Juli 2022

Yang Membuat,

Rifka Alma Safira

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rifka Alifia Safira
NBI : 1211800115
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN"

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (***Nonexlusive 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 nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 06 Juli 2022

Yang Menyatakan,

Rifka Alifia Safira

MOTTO

"Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu."

~ Abi bin Abi Thalib ~

"Hiduplah dengan rendah hati, tidak peduli seberapa kekayaanmu."

~ Ali bin Abi Thalib~

"Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah."

~ Umar bin Khattab ~

"Tak semua yang kau cintai hatinya melirikmu. Demikian yang kau sayang, belum tentu menatapmu."

~ Imam Syafi'i ~

“ Love Yourself “

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah nya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN"** dengan penuh kebanggaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya saya tujukan kepada:

1. Dra. Ec. Mataji, MM. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya si 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 boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kepada keluarga saya, terutama Bapak dan Ibu saya yang tidak pernah berhenti memberikan semangat, doa, nasihat dan kasih saying serta pengorbanan yang tidak pernah tergantikan hingga

6. saya selalu kuat dalam menjalani setiap rintangan yang ada di depan sana.
7. Unruk teman saya Annindhita, terima kasih atas segala support dan motivasi selama ini. Berterima kasih juga untuk selalu menjadi tempat keluh kisahku. Semoga kita kelak jadi teman seumur hidup, Aamiin Yra.
8. Untuk teman saya Sintia Triskayati, Cindy Fatika Sari, dan Melly Trisdianti yang selalu bersama-sama memberikan support masing-masing agar selalu semangat menyelesaikan skripsi dengan selesai.
9. Untuk teman saya Ananda terima kasih telah mendengarkan untuk tempat keluh kisahku disaat saya terpuruk dan kamu kasih solusi terbaik.
10. Untuk teman saya Ayu Wulandari terima kasih selalu support dan semangati saya dalam mengerjakan skripsi hingga saat ini. Semoga kelak menjadi yang terbaik kedepannya Aamiin.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah *"The best way to get started is to quit talking and begin doing."* Lakukan hal kecil dengan cinta yang besar, agar memperoleh hasil yang maksimal.

Akhir kata, senoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 04 Juli 2022

Penulis

Rifka Alifia Safira

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga dan periklanan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman HAUS! Di Surabaya Selatan. Sampel diambil sebanyak 90 responden berdasarkan metode accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi harga, dan Periklanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian di pengaruhi model sebesar 54,2%, sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda serta Uji T dan Uji F untuk menguji hipotesis. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Periklanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND ADVERTISING ON PURCHASE DECISIONS FOR HAUS! IN SOUTH SURABAYA

This study aims to prove and analyze the effect of product quality, price perception and advertising on purchasing decisions for HAUS! In South Surabaya. Samples were taken as many as 90 respondents based on accidental sampling method. The results showed that product quality, price perception, and advertising had a significant effect on purchasing decisions.

This study also explains that purchasing decisions are influenced by capital by 54.2%, while the remaining 45.8% is influenced by other variables or factors not examined in this study. The analytical technique used is multiple linear regression analysis and T test and F test to test the hypothesis. While the classical assumption test used included normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Advertising, Purchase Decisions

RINGKASAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

Pada di era saat ini, para kaum milenial memiliki hobi nongkrong apalagi brand minuman HAUS! yang bisa dinikmati banyak orang dengan harga jangkau. Dalam memilih suatu produk, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan konsumen adalah kualitas produk, persepsi harga dan periklanan. Perkembangan bisnis pada produk minuman HAUS! untuk saat ini berkembang cukup pesat dengan adanya persaingan brand minuman di Kota Surabaya ini tampak kompotetif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS! Di Surabaya Selatan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner terhadap 90 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan pengujian Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. sedangkan Uji Asumsi Klasik yang digunakan antara lain Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteoskedastisitas. Secara keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena r hitung > r tabel dan bernilai positif) dan reliabel (karena koefisien Cronbach Alpha > 0,70).

Dari hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), dan Periklanan (X3) sama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS!. Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS!, (2) Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS!, (3) Periklanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS!. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X1, X2 dan X3 pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka 6,039 > 0,209 untuk X1, 3,063 > 0,209 untuk X2 dan 4,768 > 0,209 untuk X3.

SUMMARY

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND ADVERTISING ON PURCHASE DECISIONS FOR HAUS! IN SOUTH SURABAYA

In the current era, millennials have a hobby of hanging out, especially the drink brand HAUS! that can be enjoyed by many people at affordable prices. In choosing a product, there are several things that consumers must consider, namely product quality, price perception and advertising. Business developments in the HAUS! for now it is growing quite rapidly with the competition for beverage brands in the city of Surabaya, it looks competitive.

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price perception, and advertising on purchasing decisions for HAUS! In South Surabaya, this research is a quantitative study using primary data obtained from questionnaires to 90 respondents. The sampling technique used is Accidental Sampling.

The analysis technique used is multiple linear analysis, coefficient of determination test (R^2), and hypothesis testing using t test and F test. While the classical assumption test used includes Normality Test, Multicollinearity Test, Heteoscedasticity Test. Overall the indicators used in this study are valid (because r arithmetic > r table and positive value) and reliable (because Cronbach Alpha coefficient > 0.70).

From the results of the F test value, it shows that Product Quality (X1), Price Perception (X2), and Advertising (X3) both have an effect on Purchase Decisions for HAUS! Beverage Products. While the results of the t-test indicate that: (1) Product Quality has an effect on purchasing decisions for HAUS! !. This can be seen from the results of the t-test in the previous chapter where X1, X2 and X3 at the t-count value are greater than t-table which results in 6,039 > 0,209 for X1, 3,063 > 0,209 for X2 and 4,768 > 0,209 for X3.

DAFTAR ISI

COVER LUAR i
COVER DALAM ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS vi
MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
RINGKASAN xii
SUMMARY xiii
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 3
1.4.1 Manfaat bagi Perguruan Tinggi 3
1.4.2 Manfaat bagi peneliti 3
1.4.3 Manfaat bagi pengambil keputusan 4
BAB II KAJIAN PUSTAKA 5
2.1 Landasan Teori 5
2.1.1 Manajemen 5
2.1.2 Pemasaran 5
2.1.3 Manajemen Pemasaran 6
2.1.4 Konsep Pemasaran 6
2.1.5 Bauran Pemasaran 7
2.1.6 Perilaku Konsumen 7
2.1.7 Kualitas Produk 7
2.1.8 Persepsi Harga 10
2.1.9 Periklanan 12

2.1.10 Keputusan Pembelian 13
2.2 Penelitian Terdahulu 15
2.2.1 Hubungan Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat 18
2.3 Kerangka Konseptual 19
2.4 Hipotesis 20
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1 Desain Penelitian 21
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 21
3.3 Jenis dan Sumber Data 21
3.3.1 Jenis Data 21
3.3.2 Sumber Data 21
3.4 Populasi dan Sampel 22
3.4.1 Populasi 22
3.4.2 Sampel 22
3.5 Teknik Pengumpulan Data 23
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Oprasional 23
3.6.1 Definisi Variabel 23
3.6.2 Definisi Operasional 24
3.7 Proses Pengolahan Data 27
3.8 Metode Analisis Data Dan Analisis Data 27
3.8.1 Uji Instrument 27
3.8.2 Uji Asumsi Klasik 28
3.9 Analisis Data 29
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda 29
3.9.2 Uji Koefisien Determinasi R^2 30
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis 30
3.10.1 Uji Parsial (Uji t) 30
3.10.2 Uji Simultan (Uji F) 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 33
4.1.1 Gambaran Umum HAUS! 33
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 33
4.1.3 Struktur Organisasi HAUS! 34
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 35
4.2.1 Deskripsi Responden 35
4.2.1.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin 35
4.2.1.2 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan 36
4.2.1.3 Deskripsi Berdasarkan Usia 36

4.2.1.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan 36
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Penelitian 37
4.3 Uji Instrument 40
4.3.1 Hasil Validitas dan Uji Reliabilitas 40
4.4 Uji Asumsi Klasik 44
4.4.1 Hasil Uji Normalitas 44
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas 45
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas 46
4.5 Analisis Data 47
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 47
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 49
4.6 Pengujian Hipotesis 49
4.6.2 Uji Simultan (Uji F) 49
4.6.1 Uji Parsial (Uji t) 50
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian 51
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 51
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian 52
4.7.3 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian 52
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian 52
4.8 Implikasi Penelitian 53
4.9 Keterbatasan Penelitian 53
BAB V PENUTUP 55
5.1 Simpulan 55
5.2 Saran 55
DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi HAUS! 34
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas 47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 3.1. Skala Likert 26
Tabel 3.2 Tingkat Reabilitas 28
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin 35
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan 36
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Usia 36
Tabel 4.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan 36
Tabel 4.5 Interval Kelas 37
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1) 37
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X2) 38
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Periklanan (X3) 38
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) 39
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1) 40
Tabel 4.11 Uji Reabilitas Kualitas Produk (X1) 41
Tabel 4.12 Uji Validitas Persepsi Harga (X2) 41
Tabel 4.13 Uji Reabilitas Persepsi Harga (X2) 42
Tabel 4.14 Uji Validitas Periklanan (X3) 42
Tabel 4.15 Uji Reabilitas Periklanan (X3) 43
Tabel 4.16 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) 43
Tabel 4.17 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y) 44
Tabel 4.18 Uji Normalitas 45
Tabel 4.19 Uji Multikolinieritas 46
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linear Berganda 48
Tabel 4.21 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 49
Tabel 4.22 Uji t 50
Tabel 4.23 Uji F 50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Ijin 59
LAMPIRAN 2 Kartu Bimbingan 60
LAMPIRAN 3 Surat Balasan 61
LAMPIRAN 4 Surat Telah Selesai 62
LAMPIRAN 5 Kuesioner 63
LAMPIRAN 6 Tabulasi 68
LAMPIRAN 7 Data Di olah 78
LAMPIRAN 8 Hasil Turnitin 83