

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*,
DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI
PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING
KECAMATAN TARIK KABUPATEN SIDOARJO
JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Strata-1 Program Studi Administrasi Niaga**



OLEH :

AISYAH YULIANA HASAN

NIM. 1121900122

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*,
DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI
PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING
KECAMATAN TARIK KABUPATEN SIDOARJO
JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Strata-1 Program Studi Administrasi Niaga**



OLEH :

AISYAH YULIANA HASAN

NIM. 1121900122

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aisyah Yuliana Hasan

NBI : 1121900122

**Judul : Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada
Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik
Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur**

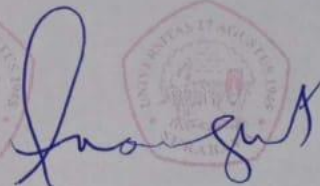
Surabaya, 3 Juli 2023

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya**

**Di setujui oleh,
Dosen Pembimbing**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP.20120870103




Dr. IGN. Anom Maruta, MM
NPP.20120860056

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang dewan penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji:

1. **Dr. IGN. Anom Maruta, MM**
Ketua



2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM**
Anggota



3. **Dra. Awin Mulyati, MM**
Anggota



Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Aisyah Yuliana Hasan
NPM : 1121900122
Program Studi : Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 23 Juni 2023

Pembuat Pernyataan


Aisyah Yuliana Hasan

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**



UNIVERSITAS
17 Agustus 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. Semolowaru 45 Surabaya
TELP. 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 : Aisyah Yuliana Hasan
NBI/NPM : 1121900122
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
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 Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HANASUI PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING KECAMATAN TARIK KABUPATEN SIDOARJO JAWA TIMUR”

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 23 Juni 2023

Yang menyatakan,

(Aisyah Yuliana Hasan)

MOTTO

“Dalam mewujudkan impian anda perlu mempunyai keyakinan, strategi, dan tindakan pantang menyerah, tapi anda juga memerlukan mentor yang dapat membimbing dan dapat anda jadikan partner konsultasi di dalam perjalanan anda.”

(Joe Hartanto)

“If we never try, how will we know?”

(Aisyah Yuliana Hasan)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam telah diselesaikannya skripsi ini, penulis akan mempersembahkan kepada :

1. Diri sendiri yang sudah mampu dalam melewati masa – masa senang, sedih, maupun susah selama perkuliahan ini
2. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, do'a terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Kalian sangat berarti bagi saya
3. Kedua dosen pembimbing yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Teman – teman penulis baik teman kuliah seangkatan, kakak tingkat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, maupun teman – teman dari fakultas dan universitas lain yang telah memberikan semangat, arahan, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang skripsinya?”, “kapan lulus?”, “kapan wisuda?”
6. Semua yang terlibat dalam penyelesaian skripsi dan tidak dapat disebutkan satu – persatu

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, media yang digunakan yaitu menggunakan media kuesioner sebagai instrument penelitian. Metode pengambilan sampel menggunakan pendekatan *non probability* berjenis teknik *accidental sampling* dan teknis analisisnya menggunakan regresi linear berganda dengan uji hipotesis, yaitu uji t, uji R^2 , dan uji F. Jumlah responden sebanyak 100 orang yang pernah mengkonsumsi atau membeli produk kosmetik Hanasui, menggunakan program analisis data IBM SPSS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 69,8% variabel tersebut berpengaruh, sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Viral Marketing*, *Price*, Keputusan Pembelian, dan Kosmetik Hanasui

ABSTRACT

This study aims to determine the significant effect of Lifestyle, Viral Marketing, and Price on the Purchase Decision of Hanasui Cosmetic Products in the Public Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. This research approach uses quantitative methods, the media used is using the media questionnaire as a research instrument. The sampling method uses a non-probability approach with the type of accidental sampling technique and the technical analysis uses multiple linear regression with hypothesis testing, namely the t test, R^2 test, and F test. The number of respondents is 100 people who have consumed or purchased Hanasui cosmetic products, using the IBM SPSS 22 data analysis program. The results of this study indicate that the Lifestyle, Viral Marketing, and Price variables have a positive and significant effect on the Decision to Purchase Hanasui Cosmetic Products in the Public Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. The effect of Lifestyle, Viral Marketing, and Price on Purchasing Decisions is 69.8% of these variables, while the remaining 30.2% is influenced by other variables not used in this study.

Keyword : *Lifestyle, Viral Marketing, Price, Purchasing Decision, and Hanasui Cosmetics*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya. Shalawat serta salam selalu tucurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu dengan judul “Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1954 Surabaya.

Penulis menyadari dalam proses menyusun skripsi ini banyak mengalami kendala namun berkat dukungan, bimbingan, semangat, dan motivasi dari berbagai pihak serta berkat Allah SWT kendala tersebut dapat dihadapi dan terselesaikan. Bersama ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu kepada :

1. Allah SWT yang sudah memberikan kelancaran, kemudahan, dan kesehatan
2. Diri penulis sendiri yang akhirnya mampu melewati dan menghadapi segala rintangan sampai skripsi ini diujikan
3. Teristimewa orang tua tercinta yakni Ibu Kasianah yang selalu ada disetiap saat dari kecil hingga dewasa, memberikan kasih sayang serta dukungan do’a selalu dalam menyusun skripsi ini
4. Teristimewa orang tua tercinta yakni Ayah Nurhasan yang selalu ada disetiap saat dari kecil hingga dewasa, memberikan kasih sayang serta dukungan do’a selalu dalam menyusun skripsi ini
5. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
6. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwintarti, M.P Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

7. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM Selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
8. Bapak Dr. IGN. Anom Maruta, MM Selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah memberikan masukan, meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing saya serta memberikan semangat dan motivasi didalam menyelesaikan skripsi ini
9. Ibu Dra. Sri Andayani, MM Selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan masukan, meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing saya serta memberikan semangat dan motivasi didalam menyelesaikan skripsi ini
10. Bapak dan Ibu Dosen pengajar prodi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sudah memberikan arahan serta membekali penulis ilmu pengetahuan dan referensi mengenai materi penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini
11. Seluruh staff dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang secara langsung dan tidak langsung membantu dalam segala urusan administrasi dan lainnya dari awal sampai akhir kuliah
12. Teman – teman seperjuangan selama kuliah dari maba sampai berada dititik ini, semoga bisa sukses untuk kita semua dan selalu mengingat kenangan kita bersama dari awal hingga akhir
13. Kating saya yang dengan sabar dan bersedia dalam membimbing, menyemangati, memberi motivasi, serta membantu saya
14. Serta seluruh pihak lainnya yang terkait dan tidak sempat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini, semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi pengetahuan penulis, waktu, keterbatasan kemampuan, dan pembahasan maupun penulisan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih atas masukan dan rekomendasi yang bersifat membangun pada skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, memberikan bahan tambahan pengetahuan, serta menjadi bahan acuan bagi pembaca. Semoga Allah SWT memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada penulis dan semua pihak yang

telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Aamiin Ya Rabbal
Alaamiin.

Surabaya, 15 Mei 2023
Penulis,

Aisyah Yuliana Hasan

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	IV
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	V
MOTTO	VI
PERSEMBAHAN	VII
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR GAMBAR.....	XVII
DAFTAR LAMPIRAN	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	8
1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	11
2.2 LANDASAN TEORI	17
2.2.1. Perilaku Konsumen	17
2.2.2. Lifestyle	18
2.2.3. Viral Marketing	21
2.2.4. Price	23
2.2.5. Keputusan Pembelian	25

2.3	DEFINISI KONSEP	30
2.3.1	Variabel Bebas (Independen)	30
2.3.2	Variabel Terikat (Dependent)	32
2.4	DEFINISI OPERASIONAL.....	32
2.4.1.	Variabel Bebas (Independen)	32
2.4.2.	Variabel Terikat (Dependen)	35
2.5	POLA HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	38
2.5.1	Pola Hubungan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.5.2	Pola Hubungan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.5.3	Pola Hubungan Price Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.5.4	Pola Hubungan Lifestyle, Viral Marketing, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.6	KERANGKA DASAR PEMIKIRAN.....	40
2.7	HIPOTESIS	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	RANCANGAN PENELITIAN	43
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	43
3.2.1	Populasi Penelitian	43
3.2.2	Sampel Penelitian	44
3.3	SKALA PENGUKURAN DAN INSTRUMEN PENELITIAN	45
3.3.1	Skala Pengukuran	45
3.3.2	Instrumen Penelitian	46
3.4	JENIS DATA DAN SUMBER DATA	46
3.4.1	Jenis Data.....	46
3.4.2	Sumber Data	47
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	47
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA.....	48
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	48
3.6.2	Uji Analisis Data	49
3.6.3	Uji Hipotesis	50
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN		53
4.1	PENYAJIAN DATA.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.2	Karakteristik Responden.....	53

4.1.3	Uji Instrumen.....	55
4.2	TABULASI DATA.....	56
4.2.1	Tabulasi Variabel Lifestyle	57
4.2.2	Tabulasi Variabel Viral Marketing.....	60
4.2.3	Tabulasi Variabel Price	63
4.2.4	Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.2.5	Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel Lifestyle (X1)	69
4.2.6	Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel Viral Marketing (X2)	70
4.2.7	Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel Price (X3)	71
4.2.8	Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
4.3	ANALISIS DATA.....	74
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	74
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4.3.3	Teknik Uji Hipotesis.....	80
4.4	PEMBAHASAN.....	85
4.4.1	Pengaruh Lifestyle (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	85
4.4.2	Pengaruh Viral Marketing (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.4.3	Pengaruh Price (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	87
4.4.4	Pengaruh Lifestyle, Viral Marketing dan Price terhadap Keputusan Pembelian	88
BAB V PENUTUP.....		89
5.1	KESIMPULAN.....	89
5.2	REKOMENDASI	90
1.	Bagi Kosmetik Hanasui	90
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Remaja Masyarakat Desa Kemuning 2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3. 1 Skala Instrumen.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Kosmetik.....	55
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 6 Interval Kelas	57
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Variabel <i>Lifestyle</i> (X1).....	57
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2).....	60
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Variabel <i>Price</i> (X3).....	63
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel <i>Lifestyle</i> (X1).....	69
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2)	70
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel <i>Price</i> (X3).....	71
Tabel 4. 14 Hasil Nilai Mean Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 4. 15 Uji Normalitas Model Kolmogorov Smirnov	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
Tabel 4. 20 Hasil Uji F (Simultan).....	81
Tabel 4. 21 Hasil Uji t (Parsial)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Viral Marketing</i> Produk Hanasui di <i>Platform</i> Shopee	4
Gambar 1. 2 Kosmetik Lokal Hanasui Dengan Harga Murah Terbaik	5
Gambar 1. 3 Top Rank Produk Lokal 2022	6
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	18
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian Model Lima Tahap	29
Gambar 2. 3 Bagan Kerangka Pikir	40
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Model Histogram	74
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Model Normal P-Plot	75
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	97
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	102
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	110
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.....	111
Lampiran 7 Surat Keterangan Hasil Uji Turnitin	113
Lampiran 8 Lembar Revisi	114
Lampiran 9 Hasil Turnitin Publikasi Jurnal.....	116