

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *TAGLINE* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE PADA MASYARAKAT PENIKMAT KOPI DI SIDOARJO

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera untuk kita semua

Perkenalkan saya Irfani Trinisa Herdianti adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedang melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir saya. Saya sangat mengharapkan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini adalah alat untuk pengambilan data dalam penyusunan penelitian saya. Apakah anda termasuk konsumen produk luwak white koffie yang berusia 15-50 tahun dan pernah mendengarkan *tagline*, mengkonsumsi dan ingin membeli produk luwak white koffie di e-commerce. Jika iya, maka anda dapat melanjutkan untuk mengisi pertanyaan maupun pernyataan di bawah ini.

Informasi yang seadanya anda berikan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner. Kami ucapkan terimakasih.

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki – Laki
- Perempuan

Usia :

- 15th – 20th
- 21th – 25th
- 26th – 30th
- 31th >

Pendapatan :

- ≤ Rp. 1.000.000
- > Rp. 1.000.000 - ≤ 3.000.000
- > 3.000.000

2. Petunjuk Pengisian

Dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi pernyataan yang tersedia dari lima pilihan jawaban alternatif yaitu :

- (1) Sangat Tidak Setuju : (STS)
- (2) Tidak Setuju : (TS)
- (3) Kurang Setuju : (KS)
- (4) Setuju : (S)
- (5) Sangat Setuju : (SS)

Variabel X1 (*Tagline*)

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	<i>Familiar (Keakraban)</i>					
	1. Tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang pada produk luwak white Koffie dapat mudah dikenali oleh konsumen.					
	2. Tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang mengingatkan konsumen pada produk luwak white Koffie.					
	<i>Diffrentation (Pembedaan)</i>					
	3. Tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang yang dibuat oleh produk luwak white Koffie memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan pesaingnya.					
	4. Dengan adanya tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang konsumen mampu membedakan merek kopi luwak white Koffie dengan kopi sejenis yang lainnya.					
	<i>Massage of Value (Nilai Pesan)</i>					

	5. Tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang milik produk luwak white koffie mengandung ajakan untuk mencoba sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk luwak white koffie.					
	6. Tagline Kopi Nikmat... Tidak! Bikin Kembang mencerminkan janji yang dimiliki oleh produk luwak white koffie yang diharapkan konsumen.					

Variabel X2 (*Online Customer Review*)

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Manfaat yang dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)					
	1. Review pada e-commerce membantu konsumen menentukan pilihan pembelian produk luwak white koffie.					
	2. Saya merasa mendapatkan manfaat dari adanya online customer review di e-commerce pada produk luwak white koffie.					
	Kualitas Argumen (<i>Argument Quality</i>)					
	3. Review dari konsumen tentang produk luwak white koffie pada e-commerce sesuai dengan realita.					
	4. Review produk luwak white koffie pada e-commerce memberikan konsumen informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk tersebut.					
	Review Valensi (<i>Valance</i>)					
	5. Review produk luwak white koffie pada e-commerce banyak yang menilai positif.					

	6. Review produk luwak white koffie pada e-commerce banyak yang menilai negatif.					
--	--	--	--	--	--	--

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kemantapan pada Sebuah Produk					
	1. Dari semua pilihan merek dalam kategori kopi instant konsumen memilih membeli produk luwak white koffie dibandingkan dengan merek lain.					
	2. Konsumen membeli produk luwak white koffie karena produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.					
	Kebiasaan dalam Membeli Produk					
	3. Konsumen lebih memilih membeli produk luwak white koffie dibandingkan dengan merek kopi lainnya.					
	4. Konsumen kurang merasakan manfaat apabila membeli kopi dari merek lain selain produk luwak white koffie.					
	Kecepatan dalam Membeli Sebuah Produk					
	5. Konsumen tidak menghabiskan banyak waktu untuk memilih produk luwak white koffie dibandingkan dengan merek lain.					
	6. Konsumen memutuskan membeli produk luwak white koffie setelah membaca review online di e-commerce.					

Lampiran 2 Uji Validitas
 Hasil Uji Validitas *Tagline*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	SKOR TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.837**	.205	.364*	.112	.523**	.650**
	Sig. (2- tailed)		.000	.277	.048	.556	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.837*	1	.400*	.590**	.199	.418*	.755**
	Sig. (2- tailed)	.000		.029	.001	.291	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.205	.400*	1	.657**	.708**	.543**	.814**
	Sig. (2- tailed)	.277	.029		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.364*	.590**	.657**	1	.592**	.221	.788**
	Sig. (2- tailed)	.048	.001	.000		.001	.240	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.112	.199	.708**	.592**	1	.524**	.725**
	Sig. (2- tailed)	.556	.291	.000	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.523*	.418*	.543**	.221	.524**	1	.711**
	Sig. (2- tailed)	.003	.021	.002	.240	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

SKOR_ TOTAL	Pearson Correlation	.650*	.755**	.814**	.788**	.725**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Online Customer Review*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	SKOR TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.583**	.100	.134	.351	.148	.561**
	Sig. (2-tailed)		.001	.598	.482	.057	.435	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.583*	1	.448*	.259	.296	.099	.600**
	Sig. (2-tailed)	.001		.013	.167	.112	.602	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.100	.448*	1	.855**	.629**	.313	.766**
	Sig. (2-tailed)	.598	.013		.000	.000	.093	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.134	.259	.855**	1	.695**	.298	.754**
	Sig. (2-tailed)	.482	.167	.000		.000	.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

X2.5	Pearson Correlation	.351	.296	.629**	.695**	1	.491**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.057	.112	.000	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.148	.099	.313	.298	.491**	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.435	.602	.093	.109	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	.561*	.600**	.766**	.754**	.850**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	SKOR TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.531**	.552**	.358	.472**	.411*	.775**
	Sig. (2-tailed)		.003	.002	.052	.009	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.531**	1	.472**	.125	.116	.431*	.615**
	Sig. (2-tailed)	.003		.008	.509	.542	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.552**	.472**	1	.372*	.253	.412*	.731**

	Sig. (2-tailed)	.002	.008		.043	.178	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.358	.125	.372*	1	.745**	.427*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.052	.509	.043		.000	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.472**	.116	.253	.745**	1	.356	.686**
	Sig. (2-tailed)	.009	.542	.178	.000		.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	.411*	.431*	.412*	.427*	.356	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.024	.017	.024	.019	.054		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
SKOR_	Pearson Correlation	.775**	.615**	.731**	.720**	.686**	.715**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3 Uji Reabilitas

Hasil Uji Reabilitas *Tagline*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.07	6.754	.511	.828
X1.2	20.93	6.271	.638	.805
X1.3	21.03	5.620	.693	.793
X1.4	21.13	5.844	.663	.799
X1.5	21.37	6.240	.586	.815
X1.6	21.13	6.464	.582	.816

Hasil Uji Reabilitas *Online Customer Review*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.13	5.499	.350	.788
X2.2	21.23	5.426	.452	.763
X2.3	21.30	4.976	.679	.714
X2.4	21.27	4.823	.640	.718
X2.5	21.33	4.299	.734	.686
X2.6	21.90	5.128	.375	.791

Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	21.10	5.679	.659	.746
Y1.2	20.97	6.240	.451	.793
Y1.3	21.00	5.586	.572	.766
Y1.4	21.23	5.702	.558	.770
Y1.5	21.20	6.028	.540	.773
Y1.6	20.83	6.006	.566	.768

Lampiran 4 Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas Variabel *Tagline* terhadap Variabel Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Tagline	Between Groups	(Combined)	130.747	10	13.075	6.157	.000
		Linearity	106.655	1	106.655	50.228	.000
		Deviation from Linearity	24.092	9	2.677	1.261	.270
		Within Groups	180.493	85	2.123		
		Total	311.240	95			

Hasil Uji Linearitas Variabel *Online Customer Review* terhadap Variabel Keputusan Pembelian

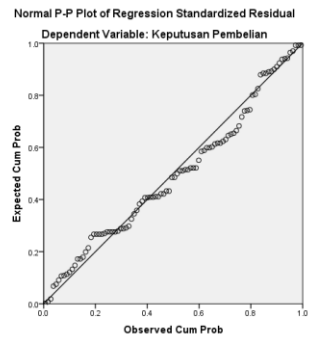
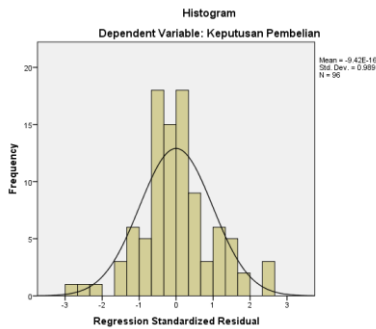
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Online Customer Review	Between Groups	(Combined)	189.574	9	21.064	14.889	.000
		Linearity	124.102	1	124.102	87.722	.000
		Deviation from Linearity	65.471	8	8.184	5.785	.000
		Within Groups	121.666	86	1.415		
		Total	311.240	95			

Lampiran 5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.12148472
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.084
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.508

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.



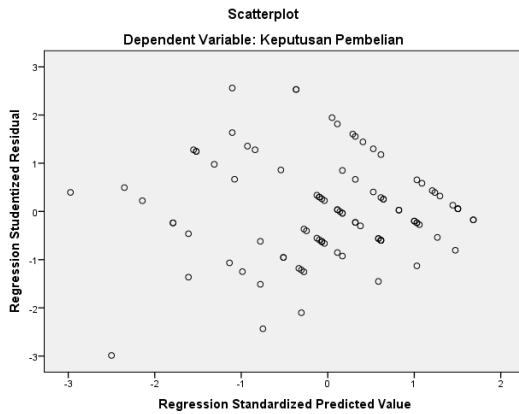
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.198	1.283		9.508	.000		
1 Tagline	.295	.041	.476	7.257	.000	.958	1.044
1 Online Customer Review	.337	.041	.534	8.139	.000	.958	1.044

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8 Uji Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.923	1.277		14.814	.000
	Tagline	.363	.052	.585	7.000	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.343	.336	1.47527

a. Predictors: (Constant), Tagline

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.655	1	106.655	49.005	.000 ^b
	Residual	204.584	94	2.176		
	Total	311.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tagline

Lampiran 9 Uji Regresi Non Linier

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Equation	Model Summary					Parameter Estimates		
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linear	.399	62.337	1	94	.000	17.896	.398	
Quadratic	.460	39.618	2	93	.000	40.761	-1.571	.042

The independent variable is Online Customer Review.

Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Online Customer Review	.398	.050	.631	7.895	.000
(Constant)	17.896	1.263		14.170	.000

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.631	.399	.392	1.411


The independent variable is Online Customer Review.

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	124.102	1	124.102	62.337	.000
Residual	187.137	94	1.991		
Total	311.240	95			

The independent variable is Online Customer Review.

Lampiran 10 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Irfani Trinisa Herdianti
 NBI : 1121900030
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Drs. Agung Pujiyanto, M.M
 Dosen Pembimbing II : Dra. Sri Andayani, M.M
 Judul Skripsi : PENGARUH TAGLINE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE PADA MASYARAKAT PENIKMAT KOPI DI SIDOARJO

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	1/3/23	proposal ke lanjut ke paraf 1	<i>[Signature]</i>	
2	7/3	Bab I perbaikan sesuai saran		<i>[Signature]</i>
3	20/3	Bab I ke		<i>[Signature]</i>
4	20/3/23	perbaiki latar belakang	<i>[Signature]</i>	
4	27/3/23	Bab I ke (perbaiki kalimat sesuai grup akhir)	<i>[Signature]</i>	
5	3/4	Bab II tambahkan teori Tagline & Keri		<i>[Signature]</i>
6	6/4	Kerb II ke		<i>[Signature]</i>



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
7	6/4/23	BAB II + teori jenis kepr. Pemb. & realisasi hipotesis	<i>[Signature]</i>	
8	17/4/23	BAB II hipotesis di kelas kepr. kepr.	<i>[Signature]</i>	
9	19/4/23	BAB II kepr	<i>[Signature]</i>	
4	13/4/23	Bab IV Validitas & reliabilitas		<i>[Signature]</i>
4	4/5/23	Bab III kepr		<i>[Signature]</i>
12	4/5/23	BAB III Kandang penelitian dit. bab 3, 2 + tabel asumsi kepr.		
13	20/5/23	BAB III kepr (ubah sample) & perbaikan wawancara	<i>[Signature]</i>	
14	12/5/23	BAB III kepr & kepr. kepr.	<i>[Signature]</i>	
15	5/23/16	Bab IV kepr		<i>[Signature]</i>

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 16 JUNI 2023

Dosen Pembimbing I,

[Signature]
 (Dra. Agung Pujiyanto, M.H.)

Dosen Pembimbing II,

[Signature]
 (Dra. Sri Andayani, M.H.)



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email . fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Irfani Trinisa Herdianti
NBI : 1121900030
Program Studi : Administrasi Niaga
Dosen Pembimbing I : Drs. Agung Pujianto, M.M
Dosen Pembimbing II : Dra. Sri Andayani, M.M

Judul Skripsi :

PENGARUH TAGLINE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE PADA
MASYARAKAT PENIKMAT KOPI DI SIDOARJO

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	6/1/23	BAB IV ke-5 (revisi) & reformatasi (bawa laptop)	<i>[Signature]</i>	
	7/2023/6	BAB V Kesimpulan ^{perbaiki}		\$
	7/6/23	BAB IV diteliti kelengkapan kegunaan kegunaan nya & kegunaan di determinasi & uji simultan	<i>[Signature]</i>	
	10/6/23	BAB IV uji hip & kedisin	<i>[Signature]</i>	
	13/6/23	BAB IV ke-1 (revisi & uji simultan)	<i>[Signature]</i>	
	15/6/23/6	BAB V ke-1		\$
	16/6/23	BAB V ke-1 (perbaiki paragraf ke-1)	<i>[Signature]</i>	



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2

- Catatan:
1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
 2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 16 JUNI 2023

Dosen Pembimbing I,

Drs. Agung Riyanto, M.M.

Dosen Pembimbing II,

Dra. Sri Andayani, M.H.

Lampiran 11 Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
LABORATORIUM OTODAERAH

Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 626/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Irfani Trinisa Herdianti

NBI : 1121900030

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juni 2023

Kepala Lab. Otoda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

Lampiran 12 Hasil Turnitin

PENGARUH TAGLINE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFIE PADA MASYARAKAT PENIKMAT KOPI DI SIDOARJO

ORIGINALITY REPORT			
18%	18%	9%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	riset.unisma.ac.id Internet Source		2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1%
3	conference.untag-sby.ac.id Internet Source		1%
4	ejournal.unesa.ac.id Internet Source		1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		1%

Lampiran 13 Lembar Revisi Ujian Skripsi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irfani Trinisa Herdianti

NIM : 1121900030

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Interpretasi Pekerjaan Kerja

Surabaya, _____

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1.

(*[Signature]*) (*[Signature]*)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irfani Trinisa Herdianti

NIM : 1121900030

Hari/ Tanggal Ujian : Seni, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

kek

Surabaya, 30 Juli 2023.
Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 2.

(Vle ch [Signature])

(Vle [Signature])

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irfani Trinisa Herdianti


NIM : 1121900030

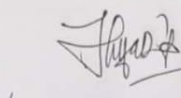
Hari/ Tanggal Ujian : Seri, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

hal 5 - tujuan Penelitian = Kab "Mengetahui" dan
menganalisis " di hapus km sebel
hal 56 → 4.6i kesimpulan & perbaikan

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,


(Awin Mulyati)


(Awin Mulyati)

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.