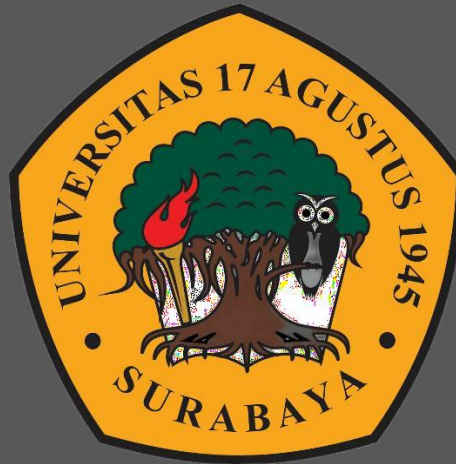


SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*) , W.O.M (*Word Of Mouth*),
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh

Valeria N.K Wati

NBI : 12119000182

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*) , W.O.M (*Word Of Mouth*),
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI



DIAJUKAN OLEH

VALERIA N.K WATI

1211900182

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

2023

**PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*),
WOM (*Word Of Mouth*) DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS
1945 SURABAYA**

SKRIPSI

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

DI AJUKAN OLEH :

Valeria N.K Wati

1211900182

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

2023

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Valeria N.K Wati
NBI : 1211900182
Fakutas : Ekonomi dan Bisnis
Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*), WOM (*Word Of Mouth*) DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Surabaya.....Juni 2023
Mengetahui/ Menyetujui Pembimbing


Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM.

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan 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 Juni 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Dr. Ir. Hotman Panjitan , MM -- Ketua

2. Dra. Ratnaningsih Sri Yutini, MM - Anggota

3. Dr. Erwin Dyah Astawinetu, M.M - Anggota

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.
NIDP. 20220930319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama lengkap : Valeria N.K Wati
NBI : 1211900182
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
NIK : 531502450600002
Alamat Rumah : Waning

Dengan ini menyatakan skripsi dengan judul : **PENGARUH CITRA MEREK (*Brand Image*), WOM (*Word Of Mouth*) DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTHPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

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 baik 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 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.

Surabaya, 11 Juni 2023

Yang membuat



Valeria N.K Wati



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS
SURABAYA

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

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

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

Nama : Valeria N.K Wati
NBI/ NPM : 1211900182
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 Citra Merek (*Brand Image*), WOM (*Word Of Mouth*) dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya"

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 : 11 Juli 2023

Surabaya, 11 Juli 2023



Valeria M.K. Wati

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah malimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan program sarjana ekonomi dan bisnis menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. 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. Tuhan Yesus, atas diberikannya rahmat, umur Panjang dan Kesehatan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MM. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi. serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA, CPAI. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Pendidikan program sarjana ekonomi manajemen difakultas ekonomi dan bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. 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.
5. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengizinkan melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, Amd., SE., MM. selaku penguji dan Dr. Nanis Susanti, MM. selaku penguji dalam sidang proposal saya ucapkan terima

kasih banyak karena telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan menambah wawasan saya serta memberikan saran selama pelaksanaan penelitian. Saya juga ucapkan terima kasih karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, karena telah banyak membantu serta mendukung saya dari awal perkuliahan hingga saya menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Papa dan Mama tercinta yang selalu mendoakan dan mensupport saya dari awal sampai akhir perkuliahan
9. Untuk Tanta Ti yang berkontribusi penuh dalam hidup saya selama masa perkuliahan
10. Untuk diri sendiri yang kuat sampai di tahap ini
11. Untuk kakak saya Meci dan adek-adek saya yang manis Tami, Tiara dan Vito yang selalu mencerikan hari-hari saya
12. Untuk seluruh teman-teman dan sahabat seperjuangan terlebih khusus Naomi Makatita yang selalu mensupport dan selalu membantu saya ketika saya mengalami kendala selama proses perkuliahan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya dengan senang hati dan terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Akhir Kata, semoga skripsi ini dapat membantu memberikan manfaat bagi saya dan juga bagi para pembaca. Terima kasih.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (*brand image*), WOM (*Word Of Mouth*) dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berjumlah 12.819. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 100 responden yang didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan sampel dengan menggunakan kuesioner yang dilakukan secara online dan offline dengan bantuan dari google form.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh analisis regresi linear berganda sebagai berikut $Y = 15,871 + -0,029 (X1) + 0,245 (X2) + 0,413 (X3)$ Hasil hipotesis uji t (uji parsial) menyatakan bahwa variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y), WOM (*Word Of Mouth*) (X2), Persepsi Harga (X3) berpengaruh secara parsial pada variabel Minat Beli (Y). Hasil uji F (uji simultan) menyatakan bahwa variabel Citra Merek (*Brand Image*) (X1), WOM (*Word Of Mouth*) (X2), Persepsi Harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Beli (Y).

Kata kunci : Citra Merek (*Brand Image*), WOM (*Word Of Mouth*), Persepsi Harga, Minat Beli, Smartphone

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, WOM (Word Of Mouth) and Price Perception on Purchase Intention. The population in this study were all students of the University of 17 August 1945 Surabaya, totalling 12,819. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents obtained from calculations using the slovin formula. Sample collection using questionnaires conducted online and offline with the help of google form.

*Based on the results of the study, multiple linear regression analysis was obtained as follows $Y = 15.871 + -0.029 (X1) + 0.245 (X2) + 0.413 (X3)$ The results of the *t* test hypothesis (partial test) state that the Brand Image variable (X1) has no effect on the Purchase Interest variable (Y), WOM (Word Of Mouth) (X2), Price Perception (X3) partially affects the Purchase Interest variable (Y). The results of the *F* test (simultaneous test) state that the Brand Image variable (X1), WOM (Word Of Mouth) (X2), Price Perception (X3) simultaneously affect the Purchase Intention variable (Y).*

Keywords: Brand Image, WOM (Word Of Mouth), Price Perception, Purchase Intention, Smartphone

RINGKASAN

Masalah umum dalam penelitian ini adalah "Apakah Terdapat Pengaruh Citra Merek (*brand image*), WOM (*word of mouth*) dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Sub masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah Citra Merek (*brand image*) berpengaruh terhadap Minat Beli smartphone pada mahasiswa universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?. (2) apakah WOM (*word of mouth*) berpengaruh terhadap Minat Beli smartphone pada mahasiswa universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?. (3) apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli smartphone pada mahasiswa universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?. (4) apakah Citra Merek (*brand image*), WOM (*word of mouth*) dan Persepsi Harga berpengaruh simultan terhadap minat beli smartphone pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel citra merek (*brand image*) (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Diperoleh t tabel sebesar 1,984. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar -0,238. Dengan demikian t hitung kurang dari t tabel ($-0,238 < 1,984$). sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap minat beli smartphone pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pada variabel WOM (*word of mouth*) (X2) Diperoleh t tabel sebesar 1,984. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 2,365. Dengan demikian t hitung lebih besar dari t tabel ($2,365 > 1,984$). Artinya terdapat pengaruh variabel WOM (*word of mouth*) terhadap minat beli. Pada variabel Persepsi Harga (X3) Diperoleh t tabel sebesar 1,984. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai t hitung sebesar 3,660. Dengan demikian t hitung lebih besar dari t tabel ($3,660 > 1,984$). Artinya terdapat pengaruh variabel persepsi harga terhadap minat beli.

SUMMARY

The general problem in this study is "Is there an Effect of Brand Image, WOM (word of mouth) and Price Perception on Smartphone Purchase Interest in Students of the University of 17 August 1945 Surabaya": (1) Does Brand Image (brand image) affect the interest in buying smartphones in students of the university of 17 August 1945 Surabaya? (2) does WOM (word of mouth) affect the interest in buying smartphones in students of the university of 17 August 1945 Surabaya? (3) does price perception affect the interest in buying smartphones in students of the university of 17 August 1945 Surabaya? (4) does Brand Image (brand image), WOM (word of mouth) and Price Perception simultaneously affect the interest in buying smartphones in students of the faculty of economics and business, university of 17 August 1945 Surabaya?

From the results of the research that has been conducted, it can be seen that the brand image variable (X1) does not have a partially significant effect on purchasing decisions (Y). Obtained t table of 1.984. The results of multiple linear regression calculations obtained a t value of -0.238. Thus t count is less than t table ($-0.238 < 1.984$), so it can be concluded that there is no effect of brand image on the purchase intention of smartphones for students of Universitas 17 August 1945 Surabaya. In the WOM (word of mouth) variable (X2) obtained t table of 1.984. The results of multiple linear regression calculations obtained a t value of 2.365. Thus t count is greater than t table ($2.365 > 1.984$). This means that there is an influence of the wom variable (word of mouth) on buying interest. In the variable Price Perspsi (X3) obtained t table of 1.984. The results of multiple linear regression calculations obtained a t value of 3.660. Thus t count is greater than t table ($3.660 > 1.984$). This means that there is an influence of the price perception variable on buying interest.

DAFTAR ISI

BAB Error! Bookmark not defined.	PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1	Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.1	Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2	Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3	Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1	Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1	Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3	Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Citra Merk (<i>brand image</i>).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5	W.OM. (Word Of Mounth).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6	Persepsi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.7	Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.2	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Hubungan WOM Terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Hubungan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hipotesi	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6	Defenisis Variabel dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Defenisi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Defenisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Proses Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.

3.8 Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Program Studi Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Ansumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Uji Multikolineritas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.6 Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4. 6. 1 Uji t (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
4. 6. 2 Uji F (Simultan)	Error! Bookmark not defined.
4.7 Pembahasan Hasil Temuan Peneliti	Error! Bookmark not defined.
4.8 Implikasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.9 Keterbatasan Peneliti.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	
5.2 Saran.....	Error!

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan prodi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Interval Penilaian Skala Likert.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Analisis Deskripsi Berdasarkan Variabel Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Analisis Deskripsi Berdasarkan WOM ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Analisis Deskripsi Berdasarkan Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Analisis Deskripsi Berdasarkan Variabel Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Hasil uji validitas variabel X1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel X2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Hasil uji validitas variabel X3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 Hasil uji validitas variabel Y	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil uji reliabilitas variabel penelitian...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 Hasil uji parsial (t).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Hasil uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN

<u>Lampiran 1</u> Kuisoner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 2</u> . Tabulasi Data Jawaban Kuisoner.....	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 3</u> . Uji validitas dan reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 4</u> . Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 5</u> . Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 6</u> . Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 7</u> . Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 8</u> . f tabel	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 9</u> . R tabel.....	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 10</u> . T tabel	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 12</u> . Tabulasi Data Jawaban Kuisoner.....	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 11</u> . Kartu Bimbingan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
<u>Lampiran 12</u> . Hasil Turnitin.....	Error! Bookmark not defined.