

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MS
GLOW OFFICIAL STORE RUNGKUT**



**Di Ajukan Oleh:
Mei Ratna Sari**

NBI: 1211900100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MSGLOW
OFFICIAL STORE RUNGKUT**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana
Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Diajukan Oleh :
Mei Ratna Sari**

NBI: 1211900100

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Mei Ratna Sari
NBI : 1211900100
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Ms Glow OfficialStore Rungkut

Surabaya, 20 Juni 2023 Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,

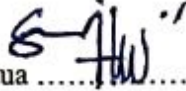




Drs. Ec. Rudi Santoso, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penuji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Tanggal

TIM PENGUJI TANDA TANGAN

1. Dr. Sumiati, M.M - Ketua 
2. Drs.Ec. Rudi Santoso, M.M - Anggota 
3. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, M.M.. - Anggota 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



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



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

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

Nama : Mei Ratna Sari
NBI/ NPM : 1211900082
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 PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MS GLOW OFFICIAL
STORE RUNGKUT**

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 : 27 Juli 2023

Yang Menyatakan,


METERAI TEMPEL
963A1CX857995833
(Mei Ratna Sari)

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Mei Ratna Sari
2. NBI 1211900100
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) 3504094105010002
6. Alamat Rumah : Dsn. Ngampon, Ds. Blendis, Kec. Gondang,
Kab. Tulungagung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Ms Glow Official Store Rungkut

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah oranglain baik berupa artikel, skripsi, tesis maupun disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Jika dikemudiahari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggungjawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 20 Juni 2023



METERAI
TEMPEL

Mei Ratna Sari
NBI. 1211900100

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan Pendidikan Program Sarjana Manajemen dan 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. Drs. Ec. Rudi Santoso, MM. selaku pembimbing yang telah banyak memberi pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan yang sangat bermanfaat bagi saya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Prastiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomidan 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 Manajemen.
4. 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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

6. Kepada kedua orang tua saya tercinta yaitu Bapak Sumidi dan Ibu Muryanti terimakasih telah mengantarkan saya sampai di titik ini, terimakasih telah mendukung dan selalu mendoakan saya untuk kelancaranskripsi ini.
7. Kepada Allah SWT karena tanpa izin beliau saya bisa menyelesaikanskripsi ini dengan lancar tanpa suatu halangan apapun.
8. Kepada Ibu Yanti, A.Md.Kep Selaku Pemilik Ms Glow Official Store Rungkut karena telah memberikan izin untuk melakukan penelitian guna menyelesaikanskripsi saya.
9. Kepada Kakak saya Suprpto, Yulinda, Heru, Tutik, dll yang telah mendukung saya dan memberikan semangat serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Partner Saya Ravelino Zakkia Firmansyah yang telah membantu saya dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
11. Kepada teman-teman seperjuangan saya Ananda Budi, Pipit Oktafiani, Cindy Narulita, dll yang tidak bisa saya sebut satu per satu karena sudah menjadi teman seperjuangan yang baik, yang saling membantu dan memberikan semangat satu sama lain.
12. Kepada Diri sendiri yang tetap semangat, tetap bertahan dan mau berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat celah dalam skripsi saya ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi saya. Dan untuk motto saya yaitu "*your life is as good as your mindset*" setiap perjalanan hidup yang tercipta adalah tergantung dari pola pikir kita, kebiasaan kecil yang baik akan menghasilkan kualitas jiwa yang baik. Sekian dari saya semoga skripsi ini bermanfaat untuk saya dan juga para pembaca.

Surabaya, 20 Juni 2023


Mei Ratna Sari
(1211900100)

RINGKASAN

Perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era zaman sekarang ini sangat banyak menimbulkan kebutuhan manusia yang semakin berkembang, tidak hanya terbatas pada kebutuhan pokok, kebutuhan pangan, tetapi juga kebutuhan pribadi contohnya perawatan wajah atau tubuh atau bisa disebut skincare. Perkembangan produk kecantikan di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Saat ini produk kecantikan seperti skincare mengalami peningkatan yang sangat pesat serta menjadi kebutuhan masyarakat di Indonesia. Hampir semua kalangan masyarakat Indonesia saat ini menggunakan skincare. Skincare banyak diminati oleh semua kalangan dari menengah kebawah hingga menengah keatas.

Penelitian ini termasuk pada penelitian kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang berupa bilangan, nilainya bisa berubah-ubah atau bersifat variatif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel atau responden melalui kuesioner. Pengaruh variabel yang akan diukur pada penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari persepsi harga, kualitas produk dan citra merek serta yang menjadi variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Setting tempat dalam penelitian ini yaitu responden konsumen yang pernah berkunjung ke Ms Glow Official Store Rungkut dan Konsumen yang memakai Ms Glow dengan jumlah sampel yang akan diambil yaitu 96 responden untuk mewakili populasi.

Kesimpulan pada penelitian ini bahwa telah dibuktikan persepsi harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga ketika keputusan pembelian sering kali kurang maksimal pada sebuah produk maka yang perlu ditekan adalah meningkatkan inovasi kualitas produk serta mengevaluasi kembali harga yang sesuai dengan harga pasar, serta membentuk citra merek yang baik sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kesan positif yang lebih baik dan menguntungkan antara customer dan produsen.

SUMMARY

Economic, technological and cultural developments in today's era give rise to growing human needs, not only limited to basic needs, food needs, but also personal needs, for example facial or body care or what can be called skincare. The development of beauty products in Indonesia is progressing very fast. At present, beauty products such as skincare have increased very rapidly and have become a necessity for people in Indonesia. Almost all Indonesian people are currently using skincare. Skincare is in great demand by all people, from the lower middle class to the upper middle class.

This research is included in quantitative research, quantitative data is data in the form of numbers, the value can change or be varied through scientific calculations derived from samples or respondents through questionnaires. The effect of the variables to be measured in this study are the independent variables consisting of perceived price, product quality and brand image as well as the dependent variable, namely purchasing decisions. The setting of the place in this research is consumer respondents who have visited Ms. Glow Official Store Rungkut and consumers who use Ms. Glow. The number of samples to be taken is 96 respondents to represent population.

The conclusion in this study is that price perception, product quality and brand image have a significant positive effect on purchasing decisions, so that when purchasing decisions are often not optimal for a product, what needs to be emphasized is increasing product quality innovation and re-evaluating the appropriate price. at market prices, as well as forming a good brand image so that it can create a better and more profitable positive impression between customers and producers.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Ms Glow Official Store Rungkut dengan 96 responden mewakili 180 populasi dengan menggunakan metode kuantitatif. Pengujian dilakukan dengan program Package for the Social Sciences (SPSS).

Teknik analisis yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji t, uji f untuk analisis hipotesis, sedangkan pengujian lain menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen. Sedangkan hasil penelitian secara parsial variabel persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether the variables perceived price, product quality, and brand image affect consumer purchasing decisions Ms Glow Official Store Rungkut with 96 respondents representing 180 population using quantitative methods. Testing was carried out with the Package for the Social Sciences (SPSS) program.

The analysis technique needed in this study is multiple linear regression t test, f test for hypothesis analysis, while other tests use the validity test, reliability test, classic assumption test consisting of normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test.

The results of the research show that all the independent variables simultaneously influence the dependent variable, namely consumer purchasing decisions. While the results of the study partially variable price perception, product quality, and brand image have a significant positive effect on consumer purchasing decisions.

Keywords: *Perceived Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2 Tinjauan Pustaka	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	13
2.1.2 Pengertian Pemasaran	14
2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.5 Pengertian Pemasaran Jasa.....	16
2.1.6 Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.1.6.1 Faktor Perilaku Konsumen.....	18
2.1.7 Pengertian Persepsi Harga.....	18
2.1.7.1 Strategi Penetapan Harga.....	20
2.1.7.2 Dimensi Persepsi Harga.....	21

2.1.7.3 Indikator Persepsi Harga.....	21
2.1.8 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.1.8.1 Dimensi Kualitas Produk.....	23
2.1.8.2 Manfaat Kualitas Produk.....	24
2.1.8.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24
2.1.8.4 Indikator Kualitas Produk.....	25
2.1.8.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	25
2.1.9 Pengertian Citra Merek.....	26
2.1.9.1 Dimensi Citra Merk.....	26
2.1.9.2 Manfaat Citra Merek.....	27
2.1.9.3 Indikator Citra Merek.....	28
2.1.10 Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.1.10.1 Dimensi Keputusan Pembelian.....	29
2.1.10.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	30
2.1.10.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	39
2.4 Kerangka Konseptual.....	42
2.5 Hipotesis.....	42
BAB 3 Metodologi Penelitian.....	43
3.1 Desain Penelitian Penelitian.....	43
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.1 Jenis Data.....	46
3.3.2 Sumber Data.....	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	49

3.6.1	Definisi Variabe.....	49
3.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.7	Proses Pengolahan Data	51
3.8	Metode Analisa Data	51
3.8.1	Uji Linier Berganda	52
3.8.2	Uji Kualitas Data	52
3.8.2.1	Uji Validitas.....	53
3.8.2.2	Uji Rehabilitas	54
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.3.1	Uji Normalitas	54
3.8.3.2	Uji Multikolonieritas	55
3.8.3.3	Uji Heterokedastisitas	55
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	55
3.9.1	Uji Signifikan Stimultan (Uji f)	55
3.9.2	Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t).....	56
3.9.3	Uji Koefisien Determinan (R ²).....	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Gambaran Umum	57
4.1.1	Awal Terbentuknya Perusahaan.....	57
4.1.2	Sejarah Terbentuknya Perusahaan.....	57
4.1.3	Gambar Struktur Organisasi	58
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1	Deskripsi Frekuensi Responden.....	59
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
4.3	Uji Instrumen.....	65
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	66
4.3.1.1	Uji Validitas	66
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	69
4.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1	Uji Multikolinieritas	70

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	73
4.4.3 Uji Normalitas	74
4.5 Analisis Data.....	75
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	77
4.6 Uji Hipotesis	78
4.6.1 Uji t (Parsial)	78
4.6.2 Uji F (Stimultan).....	78
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.8 Implikasi Penelitian	81
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Produk Paling Banyak di Pakai	2
Gambar 1.2. Brand Skincare Lokal Terlaris.....	3
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	67
Gambar 4.2 Normal PPlot	83
Gambar 4.3 Grafik Histogram.....	84
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Ms Glow Official Store Rungkut	5
Tabel 3.1 Time Schedule Skripsi	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4.4 Nilai Interval	71
Tabel 4.5 Deskriptif Penelitian Terhadap Persepsi Harga (X1).....	72
Tabel 4.6 Deskriptif Penelitian Terhadap Kualitas Produk (X2)	73
Tabel 4.7 Deskriptif Penelitian Terhadap Citra Merek (X3).....	74
Tabel 4.8 Deskriptif Penelitian Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Validitas Persepsi Harga (X1)	77
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	78
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Validitas Citra Merek (X3)	79
Tabe. 4.12 Hasil Pengujian Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.14 Hasil Uji normalitas metode Kolmogrov-smirnov	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisiensi R dan R ²	89
Tabel 4.18 Perhitungan Uji F	91

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	89
Lampiran 2 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	97
Lampiran 3 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	100
Lampiran 4 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Citra Merek	104
Lampiran 5 Rekapitan Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	107
Lampiran 6 Deskriptif Statistics Variabel X1	111
Lampiran 7 Deskriptif Statistics Variabel X2	111
Lampiran 8 Deskriptif Statistics Variabel X3	112
Lampiran 9 Deskriptif Statistics Variabel Y	112
Lampiran 10 Uji Validitas Variabel Persepsi Harga	113
Lampiran 11 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	115
Lampiran 12 Uji Validitas Variabel Citra Merek	118
Lampiran 13 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	120
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga	122
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	122
Lampiran 16 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek.....	122
Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	122
Lampiran 18 Hasil Uji Normalitas P-Plot	123
Lampiran 19 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	123
Lampiran 20 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smimov	124
Lampiran 21 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	124
Lampiran 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	125
Lampiran 23 Hasil Uji F Stimultan	125
Lampiran 24 Hasil Uji t Parsial	124
Lampiran 25 Hasil Tuntutan.....	127
Lampiran 26 Kartu Bimbingan Skripsi	129
Lampiran 27 Surat Perizinan Penelitian	130
Lampiran 28 Surat Balasan Perusahaan	131