



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE TERHADAP MINAT
BELANJA ONLINE PADA *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
@SHOPEE_ID**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Satria Kusuma Dewa

NPM.193516516079

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2022



NASIONAL UNIVERSITY

**THE INFLUENCE OF SHOPEE ADVERTISING EXPOSURE
TO ONLINE SHOPING INTEREST IN FOLLOWERS OF THE
INSTAGRAM ACCOUNT @SHOPEE_ID**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of Communication
Science (S.I.Kom)

Satria Kusuma Dewa

NPM.193516516079

**FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE
DEPARTEMENT SCIENCE OF COMMUNICATION**

2022

LEMBAR PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Satria Kusuma Dewa
NPM : 193516516079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada Followers Akun Instagram @Shopee_id.
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 6 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dekan

Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom



Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si.

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Satria Kusuma Dewa
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516079
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada Followers Akun Instagram @Shopee_id.

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 15 Februari 2023 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 6 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si
Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si
Penguji II : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DI REVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Satria Kusuma Dewa
NPM : 193516516079
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : Kamis, 15 Februari 2023





JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

**PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE TERHADAP MINAT BELANJA ONLINE
PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @SHOPEE_ID**

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

**THE INFLUENCE OF SHOPEE ADVERTISING EXPOSURE TO ONLINE
SHOPPING INTEREST IN FOLLOWERS OF THE INSTAGRAM ACCOUNT
@SHOPEE_ID**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 6 Maret 2023	TGL : 6 Maret 2023	TGL : 6 Maret 2023
	 	

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Satria Kusuma Dewa

Npm : 193516516079

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada *Followers* Akun Instagram @Shopee_id.

Menyatakan dengan bersungguh-sungguh bahwa Skripsi yang dibuat ini merupakan hasil dari penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau pernah ditulis oleh orang lain sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar sarjana (S1) ijazah pada Universitas Nasional ataupun perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 3 Februari 2023



Satria Kusuma Dewa

BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Satria Kusuma Dewa
No. Pokok : 193516516079
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tempat Tgl. Lahir : Depok, 21 Oktober 2002
Alamat Rumah : Kp. Rawageni, Jl Edy Santoso, GG. Haji Sarmilih
Rt 01/ Rw 02, No.8 Kel. Ratujaya, Kec.
Cipayung Kota Depok.
Telepon Rumah :-
Telepon Kantor :-
HP : 081573027544
Alamat Kantor :-
E-mail : Kusumasatria4@gmail.com

Jakarta, 6 Maret 2023

Alumni,

Satria Kusuma Dewa



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ABSTRAK

Nama : Satria Kusuma Dewa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada *Followers* Akun Instagram @Shopee_id.

Kata Kunci Instagram, Minat Belanja Online	Penelitian lebih spesifik dilakukan karena banyaknya perusahaan <i>e-commerce</i> yang menggunakan media sosial sebagai media beriklan termasuk Shopee, maka dari itu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan iklan Shopee terhadap minat belanja online pada <i>followers</i> akun instagram @shopee_id menggunakan Teori Advertising Exposure Rajeev Batra , John G Myers, David A.Aaker yang diciptakan pada tahun 1992, pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode analisis regresi linear sederhana untuk menghubungkan Terpaan Iklan (X) dengan Minat Belanja Online(Y), penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: Data yang didapatkan melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Peneliti memaparkan konsep untuk dijadikan rujukan dalam menganalisa, diantaranya New Media, Media Sosial, Shopee, Instagram, Minat Belanja Online. Hasil penelitian adanya pengaruh dari Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada <i>Followers</i> Akun Instagram @Shopee_id dengan Uji Korelasi pada taraf signifikan 0,05% dan banyaknya sampel yang digunakan sebanyak 100 responden mendapatkan hasil 0,473 lalu dilanjut dengan Uji Parsial (T) mendapatkan hasil temuan ini yaitu diperoleh nilai (T) terpaan iklan shopee sebesar $T_{hitung} 5,331 > 1,66055 t_{tabel}$, dan nilai $Sig 0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu pengaruh Terpaan Iklan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Minat Belanja Online, dilanjut dengan Uji Simultan (F) mendapatkan hasil sebesar 28,211 hasil yang diperoleh dari Uji Simultan (F) F_{hitung} sebesar 28,211 nilai sig $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dan dilanjutkan oleh Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2) 0,224 atau setara dengan 22,4% artinya pengaruh antara Terpaan Iklan (X) terhadap Minat Belanja Online (Y) adalah sebesar 22,4% sedangkan sisanya 77,6% dipengaruhi oleh aspek lain.
Pembimbing	Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom



NASIONAL UNIVERSITY
FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE
DEPARTEMEN SCIENCE OF COMMUNICATION

ABSTRACT

Name : Satria Kusuma Dewa
 Study Program : Communication Science
 Title : The Influence of Shopee Advertising Exposure to Online Shopping Interest in Followers of the Instagram Account @Shopee_id.

<p>Keyword <i>Instagram, Interest in online shopping.</i></p>	<p>More specific research is carried out because of the large number of companies <i>ecommerce</i> those who use social media as an advertising medium, including Shopee, therefore. Research purposes This is to find out whether there is an influence of Shopee advertising exposure on online shopping interest <i>followers</i> Instagram account @shopee_id uses Rajeev Batra's Advertising Exposure Theory, John G Myers, David A.Aaker which was created in 1992, in this study researchers used approach quantitative, using a Simple linear regression analysis method to correlate Advertising Exposure (X) with Interest in Online Shopping (Y), the research conducted obtained the following results and conclusions: Data obtained through a survey by distributing questionnaires to respondents. Researchers explained draft to be used as a reference in analyzing, including New Media, Social Media, Shopee, Instagram, Interest in Online Shopping. Research result the influence of Shopee Advertising Exposure on Interest in Online Shopping <i>Followers</i> The Instagram account @Shopee_id with the Correlation Test at a significant level of 0.05% and the number of samples used as many as 100 respondents obtained a result of 0.473 and then continued with the Partial Test (T) to obtain these findings, namely the value (T) of shopee ad exposure was $T_{count,5,331} > 1,66055 t_{table}$, and a Sig value of $0.00 < 0.05$, it can be concluded that H0 is rejected and Ha is accepted, namely the influence of Advertising Exposure has a positive and significant impact on Interest in Online Shopping, followed by Simultaneous Test (F) to get a result of 28.211 results obtained from the Test Simultaneous (F) F_{count} of 28.211 sig value of $0.000 < 0.05$ which means that H0 is rejected and Ha is accepted, and is continued by the R Square Determination Coefficient Test (R^2) 0,224 or equivalent to 22.4%, meaning that the effect of Ad Exposure (X) on Online Shopping Interest (Y) is 22.4% while the remaining 77.6% influenced by other aspects.</p>
<p>Advisor</p>	<p>Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom</p>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas nikmat, rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada Followers Akun Instagram @Shopee_id”. Penulisan skripsi ini merupakan syarat dalam mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Dalam penulisan skripsi ini sering peneliti menemui hambatan dan rintangan, dengan segala kerendahan hati, peneliti sadar bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan orang terdekat dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkan peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si, selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si, selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Drs. Adi Prakosa, S.Sos., M.Si, dan Nursatyo, S.Sos., M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

6. Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing, terimakasih banyak telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran atas semua pelajaran, arahan, ilmu dan dorongan semangat yang selalu beliau berikan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan, staf Sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) yang turut memberikan kemudahan bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua peneliti Rukman selaku babeh dan Yati Nurhayati selaku mamah yang menjadi guru pertama bagi peneliti sebelum guru dan dosen, yang selalu memberikan kasih sayang, kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, serta yang mengiringi langkah penulis dengan antusias dan doa yang tidak pernah putus setiap harinya untuk peneliti.
9. Meilia Sri Rahmawati selaku kaka penulis yang memberi semangat kepada peneliti, memberikan sedikit rezekinya untuk peneliti di setiap bulannya, serta tidak putus untuk mendoakan yang terbaik untuk peneliti.
10. Untuk playlist Pop Punk, Memphis May Fire, BMTH, Black Sabbath, Megadeth, Killswitch Engage, My Chemical Romance, All That Remains yang menemani peneliti ketika malam selama berjalannya penelitian ini.
11. Sahabat iklan Fiqih Ramadhan (capung), Ilham Kusnanda (aceng) terimakasih sudah memberikan dorongan semangat yang membuat peneliti yakin dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Agung Rahmansyah, Diani Sugesti, Dea Aldia selaku sahabat smp penulis terimakasih sudah menghibur dan memberi dorongan semangat, motivasi bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan waktu yang tepat.
13. Muhammad Rizki (jidat), Masadji Asakhu (masjaw), Zidan, Fiqih (jek) terimakasih yang memberi bantuan tenaga, dorongan semangat, hiburan yang diberikan kepada peneliti setiap mengalami hambatan dalam pengerjaan.
14. Aulia Veni, Syahla Spz (lala), Ninda Dwi Agustin, Niken Nurcahyani, Triana Nur Hasanah, Fahrezy, Achmad Faqih yang selalu mendukung peneliti dalam skripsi ini agar lulus dengan predikat cumlaude.
15. Untuk teman-teman Taman Tengah (Tamteng) Muhammad Rizky (Kidut), Bayu Aji Prasetyo (mas bay), Victoria Marchellina, Rays Tri Cahya, Muhammad Azharie serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Yang mewarnai dinamika selama penyusunan skripsi dan kehidupan selama masa perkuliahan.
16. Teman-Teman Es Teh Manis Rafli Romadhan, Calvin Hendryan, Muhammad Jibrani Pombili, Maulana Ibrahim, Safina Nur Laela terimakasih sudah bertahan walaupun terurai menjadi beberapa bagian.
17. Teman-teman angkatan 2019 Universitas Nasional yang telah memberikan perjalanan tentang arti bersosial selama peneliti menempuh pendidikan di kampus.

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu peneliti, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu perguruan tinggi kedepannya.

Jakarta, 3 Februari 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Satria Kusuma Dewa'.

Satria Kusuma Dewa
NPM. 193516516079

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DI REVISI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	iv
BIODATA ALUMNI MAHASISWA.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Teori <i>Advertising Exposure</i>	13
2.3. Kerangka Konsep.....	16
2.3.1. New Media	16
2.3.2. Media Sosial	17
2.3.3. Shopee	19
2.3.4. Instagram.....	20
2.3.5. Minat Belanja Online	20

2.4. Kerangka Pemikiran	22
2.5. Hipotesis	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	26
3.3. Operasional Variabel	27
3.3.1. Variabel Independen (X)	27
3.3.2. Variabel Dependen (Y)	28
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1. Tahapan Awal	32
3.4.2. Kuisisioner	32
3.5. Skala pengukuran Variabel	32
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	33
3.6.1. Teknik Pengolahan Data	33
3.6.2. Uji kualitas Data	34
3.6.3. Analisis Data Statistik Deskriptif	37
3.6.4. Analisis Korelasi	37
3.6.5. Analisis Regresi Linear Sederhana	38
3.6.6. Uji Hipotesis	39
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1. Profile Shopee	42
4.1.2. Sejarah Berdirinya <i>E-Commerce</i> Shopee	42
4.1.3. Logo Shopee	44
4.1.4. Visi dan Misi Shopee	45
4.2. Analisis Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada <i>Followers</i> Akun Instagram @Shopee_id	45
4.2.1. Profil Responden	45
4.2.2. Uji Validitas	48
4.2.3. Uji Reliabilitas	50
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel Terpaan Iklan (X)	51

4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Belanja Online (Y).....	60
4.2.6. Analisis Korelasi	67
4.2.7. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	69
4.2.8. Uji Parsial (T).....	70
4.2.9. Uji Simultan (F).....	71
4.2.10. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3. Pembahasan	73
4.3.1. Hasil Instrumen Data.....	73
4.3.2. Deskripsi Data	74
4.3.3. Terpaan Iklan Shopee Terhadap Minat Belanja Online Pada <i>Followers</i> Instagram @Shopee_id	82
4.3.4. Analisis dengan Teori Advertising Exposure.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Akun Instagram	4
Tabel 1.2 Postingan iklan e-commerce diinstagram	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	35
Tabel 3.4 Nilai Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4.1 Jumlah dan Presentase Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.2 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Jumlah dan Presentase Responden Berdasarkan Kriteria.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel (X).....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel (Y).....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X).....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	49
Tabel 4.8 Pernyataan 1 Variabel (X).....	50
Tabel 4.9 Pernyataan 2 Variabel (X).....	51
Tabel 4.10 Pernyataan 3 Variabel (X).....	52
Tabel 4.11 Pernyataan 4 Variabel (X).....	52
Tabel 4.12 Pernyataan 5 Variabel (X).....	53
Tabel 4.13 Pernyataan 6 Variabel (X).....	54
Tabel 4.14 Pernyataan 7 Variabel (X).....	54
Tabel 4.15 Pernyataan 8 Variabel (X).....	55
Tabel 4.16 Pernyataan 9 Variabel (X).....	56
Tabel 4.17 Pernyataan 10 Variabel (X).....	56
Tabel 4.18 Pernyataan 11 Variabel (X).....	57

Tabel 4.19 Perhitungan Kategorisasi Variabel (X)	58
Tabel 4.20 Hasil Kategorisasi Variabel (X)	59
Tabel 4.21 Pernyataan 1 Variabel (Y).....	60
Tabel 4.22 Pernyataan 2 Variabel (Y).....	61
Tabel 4.23 Pernyataan 3 Variabel (Y).....	61
Tabel 4.24 Pernyataan 4 Variabel (Y).....	62
Tabel 4.25 Pernyataan 5 Variabel (Y).....	63
Tabel 4.26 Pernyataan 6 Variabel (Y).....	63
Tabel 4.27 Pernyataan 7 Variabel (Y).....	64
Tabel 4.28 Perhitungan Kategorisasi Variabel (Y)	65
Tabel 4.29 Hasil Kategorisasi Variabel (Y)	66
Tabel 4.30 Hasil Analisis Korelasi Variabel (Y)	66
Tabel 4.31 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	68
Tabel 4.32 Uji Parsial (T).....	69
Tabel 4.33 Uji Simultan (F).....	70
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna instagram	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Shopee	7
Gambar 2.1 Advertising Exposure Procces	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Jumlah unduhan shopee di google play store	42
Gambar 4.2 Tampilan Website Shopee	43
Gambar 4.3 Logo Shopee	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Data Responden

Lampiran 4 Tampilan Kuesioner

Lampiran 5 Distribusi Nilai R-tabel

Lampiran 6 Hasil Outpur SPSS

Lampiran 7 Hasil Turnitin

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

