

**ANALISIS PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN MEDIASI *EXPECTED LSQ* BAGI *GEN Z* DENGAN MODERASI *ONLINE SHOPPING EXPERIENCE*
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* DI TANGERANG)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

STEVEN

0000031071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

ANALISIS PENGARUH BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DAN MEDIASI *EXPECTED LSQ* BAGI GEN Z DENGAN MODERASI *ONLINE SHOPPING EXPERIENCE* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* DI TANGERANG)



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

STEVEN

0000031071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

i

Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap Purchase Intention dan Mediasi Expected LSQ bagi Gen Z dengan Moderasi Online Shopping Experience (Studi Kasus pada Pengguna E-commerce di Tangerang), Steven, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Steven
Nomor Induk Mahasiswa : 00000031071
Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention* dan Mediasi *Expected LSQ* bagi *Gen Z* dengan Moderasi *Online Shopping Experience* (Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Juni 2022



METERAI
TEMPEL
BB186AJX744366877

(Steven)

ii

Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention* dan Mediasi *Expected LSQ* bagi *Gen Z* dengan Moderasi *Online Shopping Experience* (Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang), Steven, Universitas Multimedia Nusantara

N U S A N T A R A

ii

Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention* dan Mediasi *Expected LSQ* bagi *Gen Z* dengan Moderasi *Online Shopping Experience* (Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang), Steven, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap *Purchase Intention*
dan Mediasi *Expected LSQ* bagi Gen Z dengan Moderasi
Online Shopping Experience
(Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)**

Oleh

Nama : Steven
NIM : 00000031071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

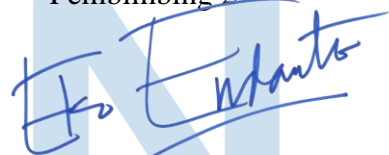
Tangerang, 17 Juni 2022

Pembimbing 1




Ade Wahyudi, S.Psi., M.M.
(NIK L00724)

Pembimbing 2



Eko Agus Prasetyo Endarto. SE., M.M
(NIK L00195)

Ketua Program Studi Manajemen



Dr.Mohammad Annas.S.Tr.Par..MM..CSCP
(NIDN 0312087404)

iii

Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention* dan Mediasi *Expected LSQ* bagi Gen Z dengan Moderasi *Online Shopping Experience* (Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang), Steven, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap *Purchase Intention*
dan Mediasi *Expected LSQ* bagi *Gen Z* dengan Moderasi
Online Shopping Experience
(Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)**

Oleh

Nama : Steven
NIM : 00000031071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Juli 2022

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.
(NIDN 0314047401)

Penguji



Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.
(NIDN 0308118803)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention*
dan Mediasi *Expected LSQ* bagi Gen Z dengan Moderasi
Online Shopping Experience
(Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)**

Oleh

Nama : Steven
NIM : 00000031071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Juli 2022
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

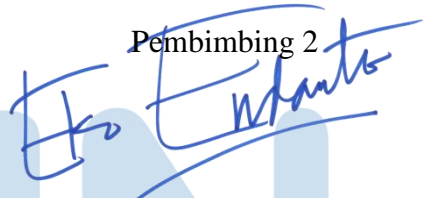
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing 1



Ade Wahyudi, S.Psi., M.M.
(NIK L00724)

Pembimbing 2



Eko Agus Prasetyo Endarto. SE., M.M
(NIK L00195)

Ketua Program Studi Manajemen



Dr.Mohammad Annas.S.Tr.Par..MM..CSCP
(NIDN 0312087404)

v

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steven
NIM : 00000031071
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

**Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap *Purchase Intention*
dan Mediasi *Expected LSQ* bagi Gen Z dengan Moderasi
Online Shopping Experience
(Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Steven

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul:

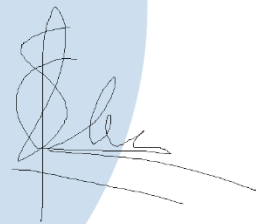
“Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap *Purchase Intention* dan Mediasi *Expected LSQ* bagi *Gen Z* dengan Moderasi *Online Shopping Experience* (Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengetahui bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak atas pengerjaan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara dan ketua penguji sidang skripsi.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan persetujuan kelanjutan proposal skripsi.
4. Ibu Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc. selaku penguji sidang skripsi yang telah memberikan bantuan dan perbaikan.
5. Ade Wahyudi, S.Psi., M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, target, saran dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
6. Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M., sebagai Pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, perbaikan, arahan, saran dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua, Bapak Darwin dan Ibu Yulie yang telah memberikan bantuan dukungan motivasi dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman yang telah menemani, membantu dan memberikan saran juga alat penelitian untuk penyelesaian skripsi ini.

Demikian dari penulis memohon untuk meminta maaf atas kekurangan atau kesalahan yang ada dalam penyusunan atau penulisan tugas akhir skripsi ini. Penulis berharap bahwa laporan magang ini bisa bermanfaat bagi para pembaca di masa yang akan datang.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Steven)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**Analisis Pengaruh Biaya Pengiriman terhadap *Purchase Intention*
dan Mediasi *Expected LSQ* bagi Gen Z dengan Moderasi
Online Shopping Experience
(Studi Kasus pada Pengguna *E-commerce* di Tangerang)**

Steven

ABSTRAK

Dunia *e-commerce* telah berkembang besar di Indonesia, Maka perkembangan ini diperlukan juga penelitian mengenai roda kaki sistem *e-commerce* yang merupakan logistik pengiriman barang dari penjual ke konsumen. Peningkatan pemesanan barang dari *e-commerce* telah meningkatkan biaya pengiriman bagi penyedia jasa logistik. Hal tersebut memberikan dilemma bagi para penjual dan penyedia logistik untuk meningkatkan biaya pengiriman atau tidak. Pengiriman logistik tersebut diteliti terhadap generasi Z yang lahir pada tahun 1997 tahun sampai tahun 2012. Metode penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan *Simple Random Sampling* dengan kriteria seperti melakukan transaksi *e-commerce* di wilayah Tangerang, Hasil yang didapatkan sebesar 271 responden yang merupakan Gen Z. Hasil tersebut menunjukkan pengaruh terhadap *purchase intention* terpengaruh oleh *level of partitioning surcharge* secara negatif dan *expected LSQ (Logistics Service Quality)* secara positif, *Level of partitioning surcharge* memberikan pengaruh positif terhadap *expected LSQ*, Sedangkan moderasi *online shopping experience* tidak memberikan pengaruh negatif. Serta penelitian menunjukkan bahwa *level of partitioning surcharge* memberikan pengaruh positif terhadap *expected LSQ*. Penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pengiriman dari harga yang tinggi memberikan pengaruh negatif dalam penurunan keinginan pembelian, tetapi meningkat jika ekspektasi terhadap *LSQ* ditingkatkan oleh penyedia jasa logistik. Biaya pengiriman memberikan peningkatan ekspektasi *LSQ* dan moderasi dari *online shopping experience* tidak memberikan pengaruh moderasi pada generasi Z. Penelitian ini memberikan saran untuk melakukan penelitian berkelanjutan pada pengiriman logistik alternatif yang bisa menurunkan biaya pengiriman tetapi tetap ataupun meningkatkan kualitas pelayanan logistik.

Kata kunci: *e-commerce*, biaya pengiriman, *LSQ (logistics Service Quality)*, *online shopping experience*, *last-mile delivery*

***Analysis of the Delivery Surcharge Influence on Purchase Intention
and Mediation of Expected LSQ in Gen Z with the Moderation
of Online Shopping Experience
(Study Case in E-commerce Users in Tangerang)***

Steven

ABSTRACT (English)

The world of e-commerce is developing at a rapid pace in Indonesia. That is why there is a need to research the wheels that move e-commerce systems. These wheels are called the logistics that work to deliver packages from the sellers to the buyers. For example the increase in deliveries requests have exponentially increased the cost for delivery service providers. This problem could be a dilemma for sellers and logistics providers on increasing the cost of deliveries charged to customers or not. This research focused on logistics deliveries research of generation Z which are born within 1997 to 2012. Research method for this research type is quantitative research and using Simple Random Sampling with the criteria for the respondents for example, to have done e-commerce transactions in Tangerang region. The result was received from 271 respondents from 10 years old to 25 years old. Results from this research show that purchase intention influenced by level of partitioning surcharge negatively and expected LSQ (Logistics Service Quality) influence positively, Research in online shopping experience do not give a negative moderation influence. Level of partitioning surcharge gives a positive influence to expected LSQ. This research shows that higher surcharge prices give a negative effect of lowered purchase intention, but increasing the expected LSQ from providers increase consumer purchase intention. Online shopping experience do not have moderating effects between relation on level of partitioning surcharge increasing influence to expected LSQ on generation Z. This research suggests further research on alternative logistics deliveries that could lower down the delivery costs or increase the logistics service quality.

Keywords: *e-commerce, surcharge, LSQ (Logistics Service Quality), online shopping experience, last-mile delivery*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT (English)	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Batasan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1. Logistik	15
2.1.1.1 Last-Mile Delivery	15
2.1.1.2 Shipping Surcharge	16
2.1.1 Logistic Service Quality	17
2.1.3 Online Shopping Experience	19
2.1.4 Customer Purchase Intention	20
2.1.5 Generation Z	22
2.2 Model Penelitian	24
2.3 Hipotesis	24

2.3.1 Hubungan pengaruh <i>Level of Partitioning Surcharge</i> terhadap <i>Expected LSQ</i>	25
2.3.2 Hubungan pengaruh <i>Expected LSQ</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
2.3.3 Hubungan pengaruh <i>Online Shopping Experience</i> terhadap hubungan antara <i>Level of Partitioning Surcharge</i>	27
2.3.4 Hubungan pengaruh <i>Level of Partitioning Surcharge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> dengan mediasi <i>Expected LSQ</i>	28
2.4 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
3.1.1 Masyarakat Pengguna <i>E-commerce</i> di Tangerang.....	44
3.1.2 Generasi Z	48
3.2 Desain Penelitian	48
3.2.1 Jenis Penelitian.....	48
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.6 Teknik Analisis Data	58
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.6.2 Analisis Data Penelitian.....	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Karakteristik Responden.....	70
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	71
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	71
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Platform E-commerce</i>	72
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	73
4.1.6 Hasil Pengetahuan Responden	73
4.2 Analisis Statistik.....	75

4.2.1 <i>Level of Partitioning Surcharge</i>	76
4.2.2 <i>Expected Logistic Service Quality (LSQ)</i>	80
4.2.3 <i>Online Shopping Experience</i>	82
4.2.4 <i>Purchase Intention</i>	85
4.2.5 <i>Uji Pre-test</i>	89
4.3 Uji Hipotesis	97
4.3.1 <i>Uji Outer Model</i>	97
4.3.2 <i>Uji Inner Model</i>	104
4.4 Pembahasan	110
4.4.1 Hasil Uji Pengaruh <i>Level of Partitioning Surcharge</i> terhadap <i>Expected LSQ</i>	110
4.4.2 Hasil Uji Pengaruh <i>Expected LSQ</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .	111
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh Moderasi <i>Online Shopping Experience</i> terhadap Hubungan antara <i>Level of Partitioning Surcharge</i> dan <i>Expected LSQ</i> .	111
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh <i>Level of Partitioning Surcharge</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	112
4.4.5 Implikasi Manajerial	113
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Simpulan	117
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	136



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 <i>Rule of Thumb Sample Size for SEM</i>	53
Tabel 3.2 Operasional Penelitian	55
Tabel 3.3 Batas Pengukuran Pengujian Validitas	58
Tabel 3.4 Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	68
Tabel 3.5 Model Pengukuran <i>Inner Model</i>	69
Tabel 4.1 Indikator penilaian interval responden.....	76
Tabel 4.2.1.1 Penilaian variabel <i>Level of Partitioning Surcharge (Free Scenario)</i>	76
Tabel 4.2.1.2 Penilaian variabel <i>Level of Partitioning Surcharge (Paid Scenario)</i>	78
Tabel 4.2.2.1 Penilaian variabel <i>Expected LSQ (Free Scenario)</i>	80
Tabel 4.2.2.2 Penilaian variabel <i>Expected LSQ (Paid Scenario)</i>	81
Tabel 4.2.3.1 Penilaian variabel <i>Online Shopping Experience (Free Scenario)</i> ..	82
Tabel 4.2.3.2 Penilaian variabel <i>Online Shopping Experience (Paid Scenario)</i> ..	83
Tabel 4.2.4.1 Penilaian variabel <i>Purchase Intention (Free Scenario)</i>	85
Tabel 4.2.4.2 Penilaian variabel <i>Purchase Intention (Paid Scenario)</i>	87
Tabel 4.2.5.1 Uji <i>Pre-test</i> Validitas	89
Tabel 4.2.5.2 Uji <i>Pre-test</i> Reliabilitas.....	94
Tabel 4.3.1.1 Uji Validitas <i>Convergent</i>	98
Tabel 4.3.1.2.1 <i>Cross Loading</i>	100
Tabel 4.3.1.2.2 <i>Fornell-Larcker Criterion (FREE Scenario)</i>	101
Tabel 4.3.1.2.3 <i>Fornell-Larcker Criterion (PAID Scenario)</i>	102
Tabel 4.3.1.3.1 Uji Reliabilitas (<i>FREE Scenario</i>).....	103
Tabel 4.3.1.3.2 Uji Reliabilitas (<i>PAID Scenario</i>)	103
Tabel 4.3.2.1.1 Uji R^2 (<i>FREE Scenario</i>)	104
Tabel 4.3.2.1.2 Uji R^2 (<i>PAID Scenario</i>)	104
Tabel 4.3.2.2.1 Uji f^2 (<i>FREE Scenario</i>).....	105
Tabel 4.3.2.2.2 Uji f^2 (<i>PAID Scenario</i>)	106
Tabel 4.3.2.3.1 Uji Q^2 (<i>FREE Series</i>).....	107
Tabel 4.3.2.3.2 Uji Q^2 (<i>PAID Series</i>)	108
Tabel 4.3.2.4.1 Uji Hipotesis (<i>FREE Scenario</i>).....	109
Tabel 4.3.2.4.2 Uji Hipotesis (<i>PAID Scenario</i>)	109

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Prediksi Perkembangan Logistik <i>E-commerce</i> secara Global 2020-2025	1
Gambar 1.3 Grafik Perkembangan TIK di Indonesia 2016-2020.....	3
Gambar 1.4 Laporan Laba Bukalapak 2018-2020	5
Gambar 1.5 Pergerakan Tren Aktivitas <i>Online</i> antara Generasi.....	10
Gambar 2.1 <i>Framework Online Shopping Experience</i>	19
Gambar 2.2 Model Penelitian	24
Gambar 3.1.1 Kategori Pembelian Barang di Indonesia pada Mei 2020.....	45
Gambar 3.1.2 Produk Domestik Bruto Kabupaten Tangerang 2017-2021.....	46
Gambar 3.1.3 Produk Domestik Bruto Kota Tangerang 2017-2021	47
Gambar 3.1.4 Produk Domestik Bruto Kota Tangerang Selatan 2017-2021.....	47
Gambar 3.2 <i>Simple Path Model PLS</i>	62
Gambar 3.3 <i>General Mediation Model</i>	63
Gambar 3.4 Prosedur Pemilihan Mediasi	64
Gambar 3.5 Konsep Model Variabel Moderasi	65
Gambar 3.6 Model Efek Moderasi.....	66
Gambar 3.7 Prosedur pemilihan pendekatan moderasi.....	67
Gambar 4.1.1 Jenis Kelamin	70
Gambar 4.1.2 Tingkat Pendidikan	71
Gambar 4.1.3 Umur Responden.....	71
Gambar 4.1.4 Penggunaan <i>Platform</i> Responden	72
Gambar 4.1.5 Domisili.....	73
Gambar 4.1.6 Rata-rata biaya pengiriman responden.....	73
Gambar 4.1.7 Biaya maksimum responden	74
Gambar 4.1.8 Perusahaan logistik yang diketahui	75
Gambar 4.3 Model Penelitian di SmartPLS.....	97

U I M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Pertanyaan.....	137
Lampiran 2 Judul Jurnal Utama	145
Lampiran 3 Hasil <i>Pre-test</i>	146
Lampiran 4 Uji <i>Main-test (Free Scenario)</i>	155
Lampiran 5 Uji <i>Main-test (Paid Scenario)</i>	158
Lampiran 6 Formulir Konsultasi.....	162
Lampiran 7 CV.....	167
Lampiran 8 Hasil Tes Turnitin.....	168

