

**Analisis *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Pondok  
Alam Sosok di Kalimantan Barat**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**PATRISIA RIKADONA**

**00000040205**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : **Patrisia Rikadona**

Nomor Induk Mahasiswa : **00000040205**

Program studi : **Manajemen**

Skripsi dengan judul: Analisis *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Pondok Alam Sosok di Kalimantan Barat 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, 29 Mei 2023



(Patrisia Rikadona)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Analisis *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Pondok Alam Sosok di Kalimantan Barat

Oleh

Nama : Patrisia Rikadona

NIM : 00000040205

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 Mei 2023

Pembimbing,



Tessa Handra, S.E., M.T.  
0322058406

Ketua Prodi Manajemen,



Purnamamingsih, S.E., M.S.M  
0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Analisis *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Pondok Alam Sosok di  
Kalimantan Barat

Oleh

Nama : Patrisia Rikadona  
NIM : 00000040205  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 16 Juni 2023  
Pukul 10.00 s.d 12.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang,

Penguji,

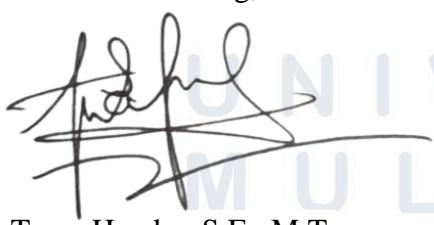


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M,  
CSCP  
0312087404



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar  
Hidayat, S.M.B., M.M.  
0705069103

Pembimbing,

  
Tessa Handra, S.E., M.T.  
0322058406

Ketua Prodi Manajemen,



Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
0323047801

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Patrisia Rikadona  
NIM : 00000040205  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul *Analisis Customer Satisfaction dan Revisit Intention* pada Pondok Alam Sosok di Kalimantan Barat. 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, 29 Mei 2023

Yang menyatakan,

(Patrisia Rikadona)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: “Analisis *Customer Satisfaction* dan *Revisit Intention* pada Pondok Alam Sosok di Kalimantan Barat” dilakukan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dalam proses praktik kerja magang hingga pembuatan laporan ini selesai.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Tessa Handra, S.E., M.T. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Ibu saya tercinta, Liu Oi Thin selaku pemilik usaha Pondok Alam Sosok yang mendukung saya untuk melakukan penelitian ini.
7. Orang tua yang selalu memberikan dukungan, ruang, semangat, dan keyakinan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Edward, sebagai kekasih yang selalu menemanı serta memberikan saran, dukungan dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas kehadiran dan dukungan seluruh pihak yang memotivasi, membangun, dan meyakinkan penulis dalam proses penggerjaan dan penyusunan laporan akhir ini. Melalui penulisan ini, penulis mengharapkan hasil penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi khalayak pembaca. Penulis ingin meminta maaf atas ketidaksempurnaan penyusunan laporan ini karena penulis menyadari bahwa laporan akhir ini masih belum sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam melengkapi dan memperbaiki laporan ini menjadi lebih baik.

Tangerang, 29 Mei 2023



(Patrisia Rikadona)



**Analisis Customer Satisfaction dan Revisit Intention pada Pondok Alam Sosok  
di Kalimantan Barat**

(Patricia Rikadona)

**ABSTRAK**

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu bidang bisnis yang banyak ditemui diberbagai wilayah, baik di Indonesia maupun mancanegara. Salah satu bisnis UMKM yang berada pada industri makanan dan minuman adalah Pondok Alam. Pondok Alam merupakan penyedia layanan berupa restoran yang berada di Kalimantan Barat di Kelurahan Sosok, Kabupaten Sanggau dan menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman. Pondok Alam hadir dengan strategi untuk tetap mempertahankan konsepnya sebagai *cafe* dengan tema alam dan natural. Karena telah berdiri selama lebih dari 4 tahun inilah, dalam menjaga *sustainability*. Adanya persaingan antar penyedia layanan dalam menemukan pelanggan memberi tantangan agar setiap bisnis dapat memberikan *value* dan *service* yang tepat di dalam bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa suatu kepuasan pelanggan dan pengunjungan kembali kepada Pondok Alam Sosok di Kalimantan Barat.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel *judgement sampling* dan sampel unit menggunakan “peraturan 5 kali”. Data dikumpulkan melalui kuesioner secara online dan menguji hipotesis kepada 225 responden melalui software SmartPLS versi 3.0. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *service quality*, *food quality*, *atmospherics*, *other customers*, *perceived value/price*, *customer satisfaction*, *restaurant reputation*, *variety seeking tendency*, *trust*, and *revisit intention*. Dalam penelitian ini menunjukkan ada 3 hipotesis yang berpengaruh positif pada penelitian ini dan sisanya tidak digunakan pada penelitian ini.

Implementasi manajerial pada penelitian ini perlu menerapkan denah Pondok Alam sebagai referensi pencahayaan dan pembuatan live musik, selain itu adanya pembuatan desain untuk postingan Instagram dan brosur.

**Kata kunci:** *Customer Satisfaction*, *Revisit Intention*, *Café*, *F&B*, dan *Pondok Alam*

**Analisis Customer Satisfaction dan Revisit Intention pada Pondok Alam Sosok  
di Kalimantan Barat**  
(Patrisia Rikadona)

**ABSTRACT (English)**

*The food and beverage industry is one of the business fields that can be found in many regions, both in Indonesia and abroad. One of the UMKM businesses in the food and beverage industry is Pondok Alam. Pondok Alam is a service provider in the form of a restaurant located in West Kalimantan, Sanggau Regency and provides various types of food and drinks. Pondok Alam comes with a strategy to maintain its concept as a cafe with a natural theme. Because it has been established for more than 4 years, in maintaining sustainability. The existence of competition between service providers in finding customers provides a challenge so that every business can provide the right value and service in its business. This study aims to analyze customer satisfaction and return visitors to Pondok Alam Sosok in West Kalimantan.*

*Research using quantitative methods. The sampling technique of judgment sampling and sample units uses the "5 times rule". Data was collected through an online questionnaire and tested the hypothesis to 225 respondents using the Smart PLS version 3.0 software. Theories used in this study are service quality, food quality, atmosphere, other customers, perceived value/price, customer satisfaction, restaurant reputation, tendency to seek variety, trust, and intention to revisit. This research shows that there are 3 hypotheses that have a positive effect on this study and the rest are not used in this study.*

*Managerial implementation in this study needs to apply Pondok Alam's floor plan as a reference for lighting and making live music, in addition to making designs for Instagram posts and brochures.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Revisit Intention, Café, F&B, and Pondok Alam*

## DAFTAR ISI

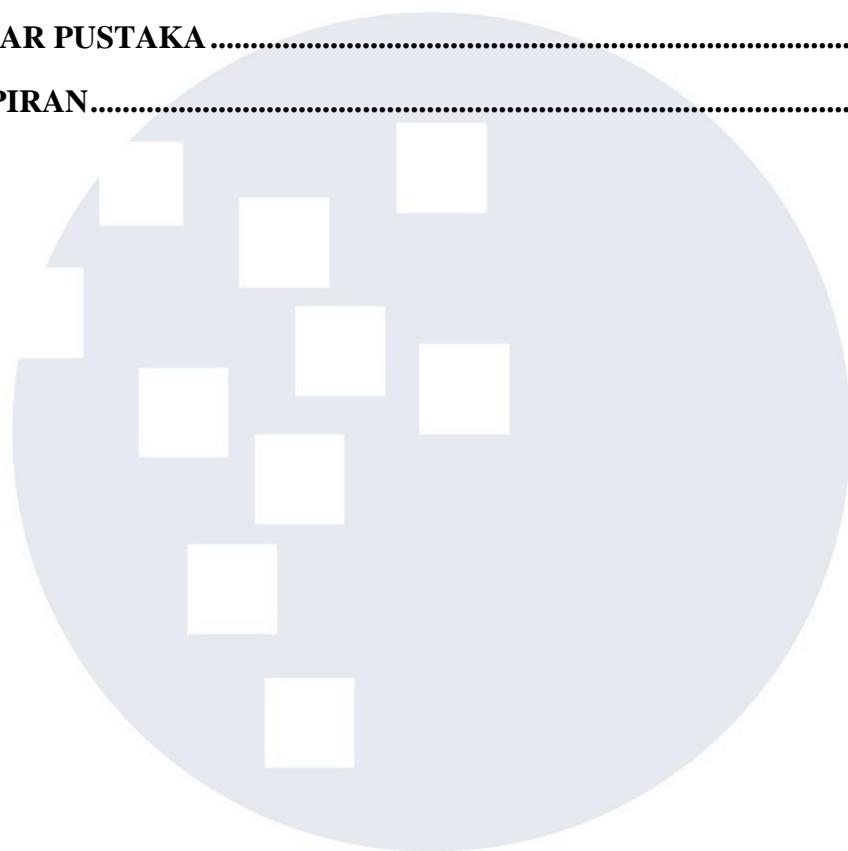
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>III</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT (English).....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIX</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian.....</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Tinjauan Teori.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.1 Teori Service Quality.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.2 Teori Food Quality .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.3 Teori Atmospherics.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.4 Teori Other Customers.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1.5 Teori Perceived Price.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.6 Teori Customers Satisfaction .....</b>	<b>20</b>

<b>2.1.7 Teori Restaurant Reputation .....</b>	21
<b>2.1.8 Teori Variety Seeking Tendency.....</b>	22
<b>2.1.9 Teori Trust.....</b>	23
<b>2.1.10 Teori Revisit Intention.....</b>	24
<b>2.2 Model Penelitian.....</b>	25
<b>2.3 Hipotesis.....</b>	26
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	36
<b>3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	36
<b>3.2 Desain Penelitian .....</b>	38
<b>3.2.1 Jenis Penelitian .....</b>	39
<b>3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	42
<b>3.3.1 Populasi.....</b>	42
<b>3.3.2 Sampel .....</b>	42
<b>3.3.3 Sampling Technique .....</b>	43
<b>3.4 Sampling Size .....</b>	46
<b>3.5 Prosedur Penelitian.....</b>	47
<b>3.5.1 Periode Penelitian.....</b>	47
<b>3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	47
<b>3.5.2.1 Research Data.....</b>	47
<b>3.6 Metode Pengumpulan Data.....</b>	48
<b>3.7 Operasionalisasi Variabel.....</b>	49
<b>3.7.1 Definisi Operasional.....</b>	49
<b>3.7.2 Variabel Penelitian.....</b>	50
<b>3.7.3 Operasionalisasi Variabel.....</b>	51
<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	55
<b>3.8.1 Uji Validitas .....</b>	56

<b>3.8.2 Reliabilitas .....</b>	<b>57</b>
<b>3.9 Analisis Data Penelitian.....</b>	<b>57</b>
<b>3.9.1 SEM (<i>Structural Equation Model</i>).....</b>	<b>57</b>
<b>3.9.2 Proses dalam Tahapan <i>Structural Equation Modeling</i>.....</b>	<b>58</b>
<b>3.10 Model Jalur PLS .....</b>	<b>59</b>
<b>3.10.1 Outer Model (Measurement Model).....</b>	<b>59</b>
<b>3.10.2 Inner Model (Structural Model) .....</b>	<b>60</b>
<b>3.11 Kecocokan Model Pengukuran.....</b>	<b>60</b>
<b>3.11.1 Kecocokan Model Pengukuran Outer Model.....</b>	<b>60</b>
<b>3.11.2 Kecocokan Model Pengukuran Inner Model .....</b>	<b>61</b>
<b>3.12 Hasil Uji Mediasi .....</b>	<b>63</b>
<b>3.13 Uji Hipotesis.....</b>	<b>63</b>
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
<b>4.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>65</b>
<b>4.1.1 Berdasarkan jenis kelamin.....</b>	<b>65</b>
<b>4.1.2 Berdasarkan umur .....</b>	<b>65</b>
<b>4.1.1 Berdasarkan screening responden .....</b>	<b>66</b>
<b>4.2 Analisis Statistik .....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.1 Service Quality.....</b>	<b>69</b>
<b>4.2.2 Food Quality .....</b>	<b>70</b>
<b>4.2.3 Atmospherics.....</b>	<b>72</b>
<b>4.2.4 Other Customers .....</b>	<b>73</b>
<b>4.2.5 Perceived Price .....</b>	<b>74</b>
<b>4.2.6 Customers Satisfaction.....</b>	<b>75</b>
<b>4.2.7 Restaurant Reputation.....</b>	<b>76</b>
<b>4.2.8 Variety Seeking Tendency.....</b>	<b>77</b>

<b>4.2.9 Trust .....</b>	79
<b>4.2.10 Revisit Intention .....</b>	80
<b>4.3 Uji Instrumen Pre-Test.....</b>	<b>81</b>
<b>4.3.1 Uji Validasi Pre-Test.....</b>	<b>81</b>
<b>4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-Test .....</b>	<b>83</b>
<b>4.4 Kecocokan Model (<i>PLS-SEM</i>) .....</b>	<b>85</b>
<b>4.4.1 Uji Outer Model (measurement model) .....</b>	<b>86</b>
<b>4.4.1.1 Convergent Validity.....</b>	<b>86</b>
<b>4.4.1.2 Discriminant Validity.....</b>	<b>89</b>
<b>4.4.1.3 Reliability.....</b>	<b>91</b>
<b>4.4.2 Uji Inner Model (Structural Model) .....</b>	<b>92</b>
<b>4.4.2.1 Indicator Collinearity .....</b>	<b>92</b>
<b>4.4.2.2 T-Statistics .....</b>	<b>94</b>
<b>4.4.2.3 R<sup>2</sup> (Coefficient of Determination) .....</b>	<b>95</b>
<b>4.4.2.4 f<sup>2</sup> effect size .....</b>	<b>96</b>
<b>4.4.2.5 Q<sup>2</sup> Predictive Relevance .....</b>	<b>98</b>
<b>4.4.2.6 Goodness-of-fit (GoF).....</b>	<b>99</b>
<b>4.4.2.7 Hasil Uji Mediasi.....</b>	<b>99</b>
<b>4.4.2.8 Uji Hipotesis .....</b>	<b>100</b>
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>102</b>
<b>4.6 Implikasi Manajerial .....</b>	<b>109</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>124</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>124</b>

<b>5.2 Saran .....</b>	<b>125</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Linear .....	49
Tabel 3.2 Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	51
<i>Tabel 3.3 Kriteria Validitas .....</i>	56
Tabel 3.4 Persyaratan <i>Reliability</i> .....	61
Tabel 4. 1 Rata-rata ( <i>mean</i> ) <i>Interval</i> .....	69
Tabel 4. 2 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>service quality</i> .....	69
Tabel 4. 3 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>food quality</i> .....	70
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>atmospherics</i> .....	72
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>other customers</i> .....	73
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>perceived value/ price</i> ....	74
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ....	75
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>restaurant reputation</i> .....	76
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Variety seeking tendency</i> .....	77
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>trust</i> .....	79
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>revisit intention</i> .....	80
Tabel 4.12 Kriteria Validitas .....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas <i>Pre- Test</i> .....	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>pre- test</i> .....	84
Tabel 4.15 <i>Outer Loadings Convergent Validity</i> pada <i>main test</i> .....	87
Tabel 4.16 <i>Average Variance Extracted Convergent Validity Main Test</i> .....	88
Tabel 4.17 <i>Cross Loadings</i> pada <i>Discriminant validity (Main Test)</i> .....	89
Tabel 4.18 Uji <i>Fornell-Lacker Criterion</i> pada <i>Discriminant validity</i> .....	91
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Reliability</i> pada <i>Main Test</i> .....	92

Tabel 4.20 Hasil <i>Indicator Collinearity</i> pada <i>Inner Model</i> .....	92
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>T- Statistics</i> pada <i>Inner Model</i> .....	94
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>R2 (Coefficient of Determination)</i> pada <i>Inner Model</i> ....	95
Tabel 4.23 Hasil <i>effect f2 effect size</i> pada <i>inner model</i> .....	97
Tabel 4.24 Hasil <i>Q2 Predictive Relevance</i> pada <i>Inner Model</i> .....	98
Tabel 4.25 Tabel Hasil Uji Mediasi .....	100
Tabel 4.26 Tabel Hasil Uji Hipotesis.....	101
Tabel 4.27 Program Orientasi Karyawan Baru .....	121
Tabel 4.28 Rekomendasi Penetapan Jadwal .....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. PDB Industri Makanan dan Minuman .....	1
Gambar 1.2 Sektor Usaha Mikro Kecil dan Mengengah .....	2
Gambar 1.3. <i>Mini Survey</i> Peneliti (2023) .....	3
Gambar 1.4 Lokasi Kompetitor Pondok Alam .....	4
Gambar 1.5 <i>Mini Survey</i> Peneliti (2023) .....	5
Gambar 1.6 <i>Mini Survey</i> Peneliti (2023) .....	6
Gambar 1.7 <i>Mini Survey</i> Peneliti (2023) .....	6
Gambar 1.8 <i>Mini Survey</i> Peneliti (2023) .....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	26
Gambar 3.1 Pondok Alam (1) .....	36
Gambar 3.2. Pondok Alam (2) .....	37
Gambar 3.3 Pondok Alam (3) .....	38
Gambar 3.4 <i>Sampling</i> .....	43
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Umur .....	66
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Screening (1).....	66
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Screening (2).....	67
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Screening (3).....	67
Gambar 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Screening (4).....	68
Gambar 4.7 Hasil Pengolahan Data SEM .....	86
Gambar 4.8 <i>Design</i> Postingan untuk <i>Live Music</i> .....	110
Gambar 4.9 Pencahayaan Pondok Alam pada Siang dan Sore Hari .....	111
Gambar 4.10 Pencahayaan Pondok Alam pada Malam hari.....	112
Gambar 4.11 Lokasi Minim Cahaya di Pondok Alam .....	112
Gambar 4.12 Gambar Denah Pondok Alam dan referensi pencahayaan .....	113

Gambar 4.13 Referensi Postingan Instagram Pondok Alam.....	115
Gambar 4.14 Referensi Postingan Instagram Pondok Alam.....	116
Gambar 4.15 Referensi Postingan Instagram Pondok Alam.....	116
Gambar 4.16 Referensi Brosur Diskon Pondok Alam Sosok .....	118
Gambar 4.17 Postingan Instagram .....	119
Gambar 4.18 Contoh Pemberian <i>caption</i> pada Postingan Instagram.....	119
Gambar 4.19 Referensi brosur <i>feedback</i> .....	121
Gambar 4.20 Rekomendasi Penetapan Jadwal.....	122
Gambar 4.21 Menu Khusus .....	123



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Konsultasi .....	133
Lampiran B CV .....	135
Lampiran C Turnitin .....	137
Lampiran D Jurnal Utama.....	138
Lampiran E Pondok Alam.....	163
Lampiran F Hasil Olah Data.....	182

**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA