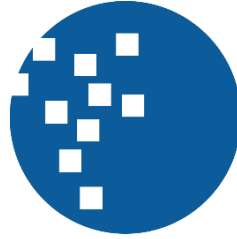


**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
***PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN**  
**CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**Ocean Andara Atkins**

**00000045000**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2024**

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN  
CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Ocean Andara Atkins**

**00000045000**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ocean Andara Atkins  
NIM : 00000045000  
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

**“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN  
CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO”**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 7 Mei 2024



Ocean Andara Atkins

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**

***PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN**

**CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**

Oleh

Nama : Ocean Andara Atkins

NIM : 00000045000

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 7 Mei 2024

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O  
NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**

***PURCHASE INTENTION TERHADAP MAKANAN***

**CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**

Oleh

Nama : Ocean Andara Atkins

NIM : 00000045000

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

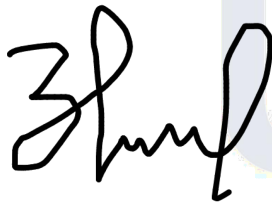
Telah diujikan pada hari Kamis, 16 Mei 2024

Pukul 12.30 s.d 14.00 dan dinyatakan

**LULUS**

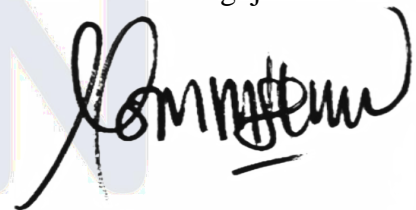
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M.  
NIDN: 0430107605

Penguji



Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.  
NIDN: 0301078204

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O  
NIDN: 0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O  
NIDN: 0323047801

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

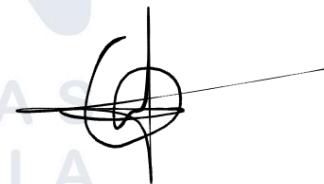
Nama : Ocean Andara Atkins  
NIM : 00000045000  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN  
CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 7 Mei 2024



Ocean Andara Atkins

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur yang mendalam penulis ingin memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya, sehingga laporan skripsi dengan judul “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Purchase Intention* Terhadap Makanan Cepat Saji: Telaah Pada Kimbo” dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan lancar. Laporan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berharap dengan penyusunan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi dan dampak yang positif bagi para pembaca. Tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak akan sangat sulit untuk penulis menyelesaikan laporan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya selama penulis melakukan penyusunan laporan skripsi hingga akhir.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ayah saya, John Atkins, yang selalu menawarkan dan memberikan bantuannya untuk penulis selama menjalankan penyusunan laporan skripsi.

8. Ibu saya, Putri Atkins, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk melakukan yang terbaik dalam menyusun laporan skripsi
9. Nenek saya, Marjanti Passat, yang terus memberikan motivasi, saran, dan dukungan yang tidak bisa diukur terhadap penulis selama penyusunan laporan skripsi.
10. Kakek saya, Jimmy Passat, yang selalu mengingatkan saya untuk bersabar dan memberikan yang terbaik dalam penyusunan laporan skripsi.
11. Adik saya, Odyssey, yang memberikan saya motivasi untuk menyelesaikan laporan skripsi dengan baik.
12. Carissa Gazali yang telah memberikan bantuan, arahan, motivasi, dan dukungan yang tak terbatas terhadap penulis.
13. Keluarga BANDITO yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan hiburan selama penulis menyusun laporan skripsi.
14. Keluarga GSC yang selalu memberikan hiburan kepada peneliti sehingga peneliti memiliki rasa semangat untuk menyelesaikan laporan skripsi.

Hasil karya tugas akhir berupa laporan skripsi yang disusun oleh penulis masih memiliki banyak kesalahan dan tidak sempurna dikarenakan berbagai keterbatasan yang dihadapi penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran dan kritik sebagai bahan evaluasi penulis. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat akademis dan referensi bagi seluruh pembaca ataupun peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

Tangerang, 7 Mei 2024



Ocean Andara Atkins



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
***PURCHASE INTENTION* TERHADAP MAKANAN**  
**CEPAT SAJI: TELAAH PADA KIMBO**

Ocean Andara Atkins

**ABSTRAK**

Makanan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang diperlukan untuk keberlangsungan dan kehidupan manusia itu sendiri. Dengan perkembangan teknologi muncul jenis makanan yang disebut sebagai makanan siap saji, sebuah jenis makanan yang diproduksi secara komersial dimana makanan siap saji tersebut hanya membutuhkan energi, waktu, dan kemampuan memasak yang minim untuk menyiapkan dan mengkonsumsinya. Konsumen Indonesia memiliki karakteristik yang cenderung sering mengonsumsi makanan cepat saji, salah satu bentuk makanan cepat saji yang sering dikonsumsi berupa *frozen food*. Dalam Industri *frozen food* terdapat sebuah *brand* dengan nama Kimbo yang menyediakan berbagai macam *frozen food*. Sebagai salah satu *brand* yang diketahui oleh konsumen Kimbo masih mengalami kekalahan dalam bersaing dengan kompetitornya dalam pasar *frozen food*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengukur keefektifan *brand image*, *packaging quality*, *product information*, dan *advertising* terhadap *purchase intention* dalam konteks minat beli terhadap produk Kimbo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan bentuk sampling *non-probability sampling*, yaitu *judgemental sampling* dikarenakan penelitian ini memerlukan responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini memiliki empat hipotesis dan memperoleh data yang disebar kepada 186 responden. Data yang diperoleh diolah melalui *software* IBM Statistics SPSS Versi 29. Penelitian ini memiliki temuan yang menunjukkan bahwa *brand image*, *packaging quality*, *product information*, dan *advertising* memiliki pengaruh yang positif terhadap *purchase intention*. Penelitian ini dapat digunakan oleh Kimbo sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan minat pembelian konsumen dan penjualan.

**Kata kunci:** *Brand Image, Packaging Quality, Product Information, Advertising, Purchase Intention, Kimbo.*

**ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING PURCHASE  
INTENTION TOWARDS CONVENIENCE FOODS: CASE  
STUDY ON KIMBO**

(Ocean Andara Atkins)

**ABSTRACT (English)**

*Food is one of the basic human needs that is very important for human survival itself. With the development of technology comes a type of food called convenience food, which is a type of commercially produced food where convenience food only requires minimal energy, time, and cooking skills to prepare and consume it. Indonesian consumers have characteristics that tend to consume convenience food frequently, one form of convenience food that is often consumed is frozen food. In the frozen food industry, there is a brand by the name of Kimbo that provides a variety of frozen foods. As one of the brands recognized by consumers, Kimbo is still losing ground to its competitors in the frozen food market. Therefore, this study was conducted with the aim of measuring the effectiveness of brand image, packaging quality, product information, and advertising on purchase intention in the context of purchase intention for Kimbo products. The research uses a quantitative descriptive method with a form of non-probability sampling, namely judgmental sampling because this research requires respondents who match the research criteria. This study has four hypotheses and obtained data distributed to 186 respondents. The data obtained was processed through IBM Statistics SPSS Version 29 software. This study shows that brand image, packaging quality, product information, and advertising have a positive influence on purchase intention. This research can be used by Kimbo as a consideration in increasing consumer purchasing interest and sales.*

**Keywords: Brand Image, Packaging Quality, Product Information, Advertising, Purchase Intention, Kimbo.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
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.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Batasan Penelitian .....	13
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II LANDASAN TEORI .....	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Consumer Behavior .....	15
2.1.2 Brand Image .....	16
2.1.3 Packaging Quality .....	16
2.1.4 Product Information .....	17
2.1.5 Advertising.....	18
2.1.6 Purchase Intention .....	19
2.2 Model Penelitian .....	20
2.3 Hipotesis .....	20
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	20
2.3.2 Pengaruh <i>Packaging Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	21
2.3.3 Pengaruh <i>Product Information</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ...	22

2.3.4	Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	22
2.4	Penelitian Terdahulu.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		25
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	25
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	30
3.3.2.1	Sampling Unit.....	31
3.3.2.2	Sampel Frame.....	32
3.3.2.3	Sampel Technique.....	32
3.3.2.4	Sampel Size.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Periode Penelitian.....	35
3.4.2	Pengumpulan Data.....	35
3.4.3	Proses Penelitian.....	36
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
3.5.1	Variabel Eksogen.....	37
3.5.1	Variabel Endogen.....	37
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Analisa Data <i>Pre-Test</i> .....	40
3.7.2	Analisis Data Penelitian.....	41
3.7.2.1	Uji Validitas.....	41
3.7.2.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7.2.3	Regresi Linear Berganda.....	43
3.7.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8	Uji Hipotesis.....	45
3.8.1	Uji Linear Berganda.....	45
3.8.2	Uji Koefisien Determinasi <i>R<sup>2</sup></i> .....	46
3.8.3	Uji F – Uji Signifikansi Simultan.....	46
3.8.4	Uji T – Uji Signifikansi Parameter Individual.....	46

3.8.5 Uji Koefisien Korelasi.....	47
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 Karakteristik Responden.....</b>	<b>48</b>
4.1.1 Karateristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.2 Karateristik Responden Berdasarkan Gender .....	49
4.1.3 Karateristik Responden Berdasarkan Profesi .....	50
4.1.4 Karateristik Responden Berdasarkan Domisili .....	50
4.1.5 Karateristik Responden Berdasarkan Anggaran Belanja Per Bulan Untuk Makanan Siap Saji.....	51
4.1.6 Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Makanan Cepat Saji Yang Sering Dikonsumsi.....	52
4.1.7 Karateristik Responden Berdasarkan Mengonsumsi Makanan Cepat Saji Dalam Satu Minggu .....	53
<b>4.2 Analisa Deskriptif.....</b>	<b>53</b>
4.2.1 Brand Image.....	55
4.2.2 Packaging Quality.....	57
4.2.3 Product Information.....	59
4.2.4 Advertising .....	61
4.2.5 Purchase Intention.....	63
<b>4.3 Uji Instrumen Data Pre-Test.....</b>	<b>65</b>
4.3.1 Uji Validitas Pre-Test .....	65
4.3.2 Uji Reliabilitas Pre-Test .....	66
<b>4.4 Uji Instrumen Data Main-Test.....</b>	<b>68</b>
4.4.1 Uji Validitas Main-Test .....	68
4.4.2 Uji Reliabilitas Main-Test.....	69
<b>4.5 Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>71</b>
4.5.1 Uji Normalitas .....	71
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.5.3 Uji Multikolinearitas .....	74
<b>4.6 Uji Model.....</b>	<b>75</b>
4.6.1 Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	75
4.6.2 Uji Koefisien Korelasi.....	75
<b>4.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>78</b>

4.7.1 Uji T .....	78
4.7.2 Uji F .....	80
4.7.3 Uji Linear Berganda .....	81
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
4.8.1 Hasil Uji Brand Image terhadap Purchase Intention .....	83
4.8.2 Hasil Uji Packaging Quality terhadap Purchase Intention .....	84
4.8.3 Hasil Uji Product Information terhadap Purchase Intention .....	85
4.8.4 Hasil Advertising terhadap Purchase Intention .....	85
4.9 Implikasi Manajerial .....	86
4.9.1 Peningkatan Purchase Intention Melalui Brand Image .....	86
4.9.2 Peningkatan Purchase Intention Melalui Packaging Quality .....	88
4.9.3 Peningkatan Purchase Intention Melalui Product Information ....	89
4.9.4 Peningkatan Purchase Intention Melalui Advertising .....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan .....	93
5.2 Saran .....	94
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	95
5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	23
<b>Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel</b> .....	38
<b>Tabel 3.2 Syarat Uji Validitas</b> .....	42
<b>Tabel 3.3 Syarat Uji Reliabilitas</b> .....	43
<b>Tabel 3.4 Acuan Tingkat Hubungan</b> .....	47
<b>Tabel 4.1 Interval Kategori Responden</b> .....	54
<b>Tabel 4.2 Penilaian Variabel Brand Image</b> .....	55
<b>Tabel 4.3 Penilaian Variabel Packaging Quality</b> .....	57
<b>Tabel 4.4 Penilaian Variabel Product Information</b> .....	59
<b>Tabel 4.5 Penilaian Variabel Advertising</b> .....	61
<b>Tabel 4.6 Penilaian Variabel Purchase Intention</b> .....	63
<b>Tabel 4.7 Uji Validitas Pre-Test</b> .....	65
<b>Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Pre-Test</b> .....	67
<b>Tabel 4.9 Uji Validitas Main-Test</b> .....	68
<b>Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Main-Test</b> .....	70
<b>Tabel 4.11 Acuan Tingkat Hubungan</b> .....	76
<b>Tabel 4.12 Hasil Signifikansi Parameter Individu (Uji T)</b> .....	79



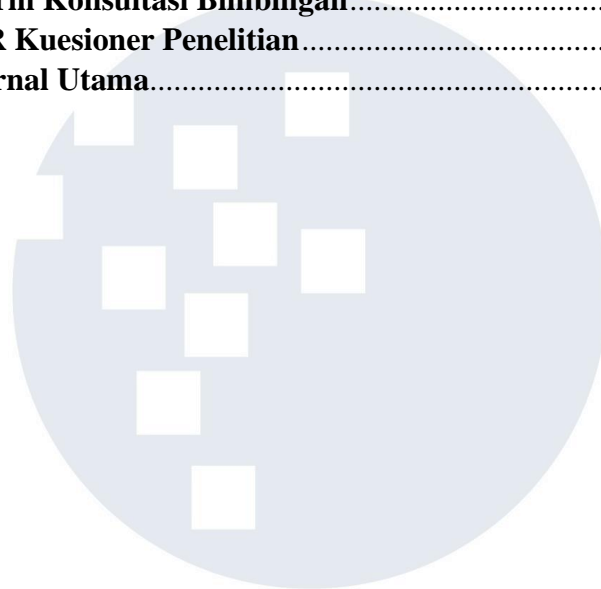
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Intensitas Konsumsi Makanan Cepat Saji .....	2
Gambar 1.2 Makanan Cepat Saji Paling Digemari Masyarakat Indonesia ....	3
Gambar 1.3 Rata-Rata Konsumsi Daging Olahan Matang .....	4
Gambar 1.4 Frozen Food Yang Sering Dikonsumsi Warga Indonesia .....	5
Gambar 1.5 Penjualan dan Market Share Kimbo .....	6
Gambar 1.6 Makanan Cepat Saji Yang Sering Dikonsumsi .....	7
Gambar 1.7 Pengetahuan Responden Terhadap Kimbo .....	7
Gambar 1.8 Rasio Pembelian Kimbo .....	8
Gambar 1.9 Alasan Tidak Membeli Produk-Produk Kimbo .....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	20
Gambar 3.1 Kimbo Frozen .....	25
Gambar 3.2 Jenis Desain Penelitian .....	27
Gambar 3.3 Tahap Proses Sampling .....	31
Gambar 3.4 Teknik Sampling .....	32
Gambar 3.5 Variabel Eksogen .....	37
Gambar 3.6 Variabel Endogen .....	37
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	49
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	50
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	50
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran Belanja .....	51
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Makanan Cepat Saji Yang Sering Dikonsumsi .....	52
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengonsumsi Makanan Cepat Saji Dalam Satu Minggu .....	53
Gambar 4.8 Hasil Histogram Uji Normalitas .....	71
Gambar 4.9 Hasil Uji P-Plot .....	72
Gambar 4.10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	72
Gambar 4.11 Hasil Uji Scatterplot .....	73
Gambar 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	74
Gambar 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	75
Gambar 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76
Gambar 4.15 Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T) .....	78
Gambar 4.16 Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F) .....	80
Gambar 4.17 Hasil Uji Linear Berganda .....	82
Gambar 4.18 Inspirasi Untuk Produk Baru Kimbo .....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.19 Inspirasi Untuk Kemasan Baru Kimbo .....	89
Gambar 4.20 Inspirasi Untuk Informasi Produk Kimbo .....	90
Gambar 4.21 Inspirasi Iklan Untuk Kimbo .....	91



## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1 Hasil Turnitin.....</b>	<b>102</b>
<b>Lampiran 2 Survei Google Form.....</b>	<b>103</b>
<b>Lampiran 3 Output Data Pre-Test.....</b>	<b>109</b>
<b>Lampiran 4 Output Data Main-Test.....</b>	<b>115</b>
<b>Lampiran 5 Form Konsultasi Bimbingan.....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran 6 QR Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>123</b>
<b>Lampiran 7 Jurnal Utama.....</b>	<b>124</b>



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA