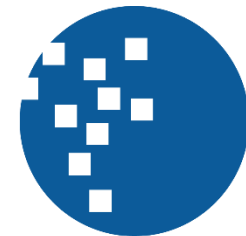


**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
(STUDI PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Adi Winata Soleman

00000068903

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
(STUDI PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Adi Winata Soleman

00000068903

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adi Winata Soleman
NIM : 00000068903
Program studi : Manajemen

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

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI (STUDI PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)”

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, 08 Desember 2025



(Adi Winata Soleman)

ii

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food* Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
(STUDI PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)”**

Oleh

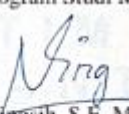
Nama : Adi Winata Soleman
NIM : 00000068903
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 08 Desember 2025

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Manajemen


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

iii

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food* Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Adi Winata Soleman
NIM : 00000068903
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan :
**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
(STUDI PADA KONSUMEN FROZEN FOOD BENFARM)"**

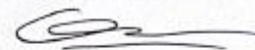
Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir (pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 08 Desember 2025



(Adi Winata Soleman)

iv

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food* Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI dengan judul

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI (STUDI
PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)"**

Oleh

Nama : Adi Winata Soleman
NIM : 00000068903
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 15 Desember 2025

Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan

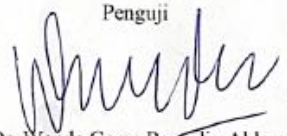
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Trihadi Padiawan Erhan, S.E.,
M.S.E., Ph.D
NIDN: 0312028802

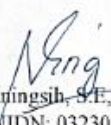
Penguji


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

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Manajemen


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

v

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food*
Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adi Winata Soleman
NIM : 00000068903
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :
**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI
(STUDI PADA KONSUMEN *FROZEN FOOD* BENFARM)"**

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.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- ☐ Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*).

Tangerang, 08 Desember, 2025


(Adi Winata Soleman)

**** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.**

vi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food* Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya skripsi berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi pada Konsumen *Frozen Food* Benfarm)" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara, dengan tujuan menganalisis faktor-faktor informasi yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap produk *frozen food* Benfarm. Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, kedua orang tua, keluarga, teman-teman, serta seluruh responden yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi, peneliti selanjutnya, dan perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasarannya, serta menyadari bahwa penulisan ini masih memiliki keterbatasan sehingga masukan dan saran sangat penulis harapkan untuk pengembangan di masa mendatang. Oleh karena itu, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T, MPC, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E, M.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Rajesh Prettypal Singh, S.S., M.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

vii

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli (Studi Pada Konsumen Produk *Frozen Food* Benfarm), Adi Winata Soleman, Universitas Multimedia Nusantara

6. Teman-teman dan rekan mahasiswa Manajemen, yang selalu memberikan dukungan dan kebersamaan sepanjang proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
8. Kepada Perusahaan PT Benfood Ekamakmur Nusajaya yang telah memberikan dukungan, akses informasi, serta kesempatan bagi penulis untuk memperoleh wawasan yang relevan dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik secara teoritis maupun praktis, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan berkat kepada kita semua.

Tangerang, 08 Desember 2025



(Adi Winata Soleman)

NUSANTARA

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI (STUDI PADA KONSUMEN FROZEN FOOD BENFARM)”

(Adi Winata Soleman)

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya purchase intention konsumen terhadap produk *frozen food* Benfarm meskipun brand awareness melalui TikTok tergolong tinggi. Survei awal menunjukkan 87,2% responden belum berminat membeli karena konten promosi dinilai kurang menarik, kurang kredibel, dan tidak memberikan informasi yang meyakinkan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Information Quality*, *Information Quantity*, *Information Credibility*, *Information Usefulness*, dan *Information Adoption* terhadap Purchase Intention menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain descriptive research dan cross sectional, serta analisis *SEM-PLS* melalui *SmartPLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas, kuantitas, dan kredibilitas informasi berpengaruh positif terhadap *Information Usefulness*, yang selanjutnya berpengaruh terhadap *Information Adoption*, dan pada akhirnya meningkatkan *Purchase Intention*. Temuan ini menegaskan bahwa optimalisasi strategi komunikasi pemasaran digital, khususnya pada konten *TikTok*, diperlukan untuk menghadirkan informasi yang lebih relevan, kredibel, dan meyakinkan dalam mendorong niat beli konsumen.

Kata kunci: *Information Quality*, *Information Quantity*, *Information Credibility*, *Information Usefulness*, *Information Adoption*, *Purchase Intention*.



***“Factors Influencing Consumer Purchase Intention (A Study on Benfarm
Frozen Food Consumers)”***

(Adi Winata Soleman)

ABSTRACT (English)

This study is motivated by the low purchase intention toward Benfarm frozen food products despite the relatively high brand awareness generated through TikTok. An initial survey showed that 87.2% of respondents were not interested in purchasing because the promotional content was perceived as unattractive, lacking credibility, and not providing sufficiently convincing information. This research aims to examine the influence of Information Quality, Information Quantity, Information Credibility, Information Usefulness, and Information Adoption on Purchase Intention using a quantitative approach with a descriptive research design and cross-sectional method, analyzed through SEM-PLS with SmartPLS 4. The results indicate that information quality, quantity, and credibility have a positive effect on Information Usefulness, which subsequently influences Information Adoption, ultimately increasing Purchase Intention. These findings highlight the importance of optimizing digital marketing communication strategies, particularly TikTok content to deliver more relevant, credible, and convincing information that can effectively encourage consumer purchase intention

Keywords: *Information Quality, Information Quantity, Information Credibility, Information Usefulness, Information Adoption, Purchase Intention.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	29
1.3 Tujuan Penelitian	30
1.4 Manfaat Penelitian	31
1.5 Batasan Penelitian	32
1.6 Sistematika Penulisan	33
BAB II LANDASAN TEORI	36
2.1 Tinjauan Teori	36
2.1.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	36
2.1.2 <i>Consumer Behaviour</i>	38
2.1.3 <i>Purchase Intention</i>	38

2.1.3 <i>Information Quality</i>	39
2.1.3 <i>Information Quantity</i>	40
2.1.4 <i>Information Credibility</i>	41
2.1.5 <i>Information Usefulness</i>	41
2.1.6 <i>Information Adoption</i>	42
2.2 Model Penelitian.....	43
2.3 Hipotesis	44
2.3.1 H1: <i>Information Quality</i> Memiliki Pengaruh Positif terhadap <i>Information Usefulness</i>	44
2.3.2 H2: <i>Information Quantity</i> Memiliki Pengaruh Positif terhadap <i>Information Usefulness</i>	45
2.3.3 H3: <i>Information Credibility</i> Memiliki Pengaruh Positif terhadap <i>Information Usefulness</i>	45
2.3.4 H4: <i>Information Usefulness</i> Memiliki Pengaruh Positif terhadap <i>Information Adoption</i>	46
2.3.5 H5: <i>Information Adoption</i> Memiliki Pengaruh Positif terhadap <i>Purchase Intention</i>	47
2.3 Penelitian Terdahulu.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
3.2 Desain Penelitian	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel.....	58
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5 Metode Pengumpulan Data	64
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	65
3.7 Operasionalisasi Variabel	66
3.8 Teknik Analisis Data.....	72
3.8.1 Teknik Analisis Data <i>Pre-Test</i>	72
3.8.2 Teknik Analisis Data Main Test	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	77
4.2 Karakteristik Responden	77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	80
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	81
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
4.3 Analisis Deskriptif	83
4.3.1 <i>Information Quality (IQ)</i>	84
4.3.2 <i>Information Quantity (IQN)</i>	88
4.3.3 <i>Information Credibility (IC)</i>	91
4.3.4 <i>Information Usefulness (IU)</i>	93
4.3.5 <i>Information Adoption (IA)</i>	96
4.3.6 <i>Purchase Intention (PI)</i>	99
4.4 Uji Instrumen Data <i>Pre-Test</i>	102
4.4.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	102
4.4.2 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	107
4.5 Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	112
4.5.1 Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	112
4.5.2 Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	123
4.6 <i>Post-hoc analysis: Mediating effect</i>	126
4.7 Uji Hipotesis.....	129
4.8 Impretasi Hasil Penelitian	131
4.8.1 Pengaruh <i>Information Quality Terhadap Information Usefulness</i>	131
4.8.2 Pengaruh <i>Information Quantity Terhadap Information Usefulness</i> ...	132
4.8.3 Pengaruh <i>Information Credibility Terhadap Information Usefulness</i>	133
4.8.4 Pengaruh <i>Information Usefulness Terhadap Information Adoption</i> ..	134
4.8.5 Pengaruh <i>Information Adoption Terhadap Purchase Intention</i>	135
4.9 Implikasi Manajerial	136
4.9.1 Upaya Meningkatkan <i>Information Quality terhadap Information Usefulness</i>	136

4.9.2 Upaya Meningkatkan <i>Information Quantity</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	137
4.9.3 Upaya Meningkatkan <i>Information Credibility</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	140
4.9.4 Upaya Meningkatkan <i>Information Usefulness</i> terhadap <i>Information Adoption</i>	142
4.9.5 Upaya Meningkatkan <i>Information Adoption</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	144
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	147
5.1 Simpulan	147
5.2 Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	159



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	22
Tabel 2.1.....	48
Tabel 3. 1.....	66
Tabel 4.1.....	83
Tabel 4. 2.....	84
Tabel 4. 3.....	88
Tabel 4. 4.....	91
Tabel 4. 5.....	93
Tabel 4. 6.....	96
Tabel 4. 7.....	99
Tabel 4. 8.....	102
Tabel 4. 9.....	108
Tabel 4. 10.....	113
Tabel 4. 11.....	118
Tabel 4. 12.....	119
Tabel 4.13.....	122
Tabel 4. 14.....	123
Tabel 4. 15.....	125
Tabel 4. 16.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Utama Mengapa masyarakat Indonesia Mengonsumsi Frozen Food	2
Gambar 1. 2 Jenis Frozen Food yang Dikonsumsi Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1. 3 Persentase Jenis Makanan Beku yang Dikonsumsi oleh Masyarakat Indonesia	4
Gambar 1. 4 "Persentase Orang Yang Telah Membeli Suatu Barang atau Produk Karena Diendorse oleh Seorang Influencer di Indonesia per Mei 2023."	5
Gambar 1. 5 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	6
Gambar 1. 6 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Kelompok Generasi.....	7
Gambar 1. 7 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbanyak Per Juli 2024.....	9
Gambar 1. 8 Media Sosial yang Paling Sering Diakses oleh Masyarakat Indonesia	10
Gambar 1. 9 Apakah Responden Pengguna Aktif Media Sosial TikTok	12
Gambar 1. 10 Apakah Responden Menggunakan Aplikasi TikTok dalam Mencari Rekomendasi Produk Makanan	13
Gambar 1. 11 Pengetahuan Responden Mengenai Brand Benfarm	14
Gambar 1. 12 Keinginan Responden Untuk Membeli Produk Frozen Food Benfarm (Purchase Intention)	15
Gambar 1. 13 Alasan yang Membuat Responden Tidak Tertarik untuk Membeli Produk Frozen Food dari Brand Benfarm.....	16
Gambar 1. 14 Profil Audience TikTok Benfarm	17
Gambar 1. 15 Follower Growth TikTok Benfarm	18
Gambar 1. 16 Jumlah Rata-Rata Likes dan Comments TikTok Benfarm	19
Gambar 1. 17 Jumlah Rata-Rata Share dan Views TikTok Benfarm	20
Gambar 1. 18 Engagement Rate TikTok Benfarm per Agustus 2025	20
Gambar 2. 1 Model Penelitian	44
Gambar 3. 1 Lini Produk Benfarm.....	51
Gambar 3. 2 Research Design.....	54

Gambar 3. 3 Teknik Sampling	59
Gambar 3. 4 Gambaran Variabel Eksogen.....	65
Gambar 3. 5 Gambaran Variabel Endogen	66
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	80
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	81
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
Gambar 4. 6 Data Hasil Uji Measurement Model.....	112
Gambar 4. 7 Data Hasil Uji Hipotesis.....	129



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A JURNAL UTAMA	159
LAMPIRAN B FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN.....	170
LAMPIRAN C FORMULIR PENGGUNAAN PERANGKAT KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	171
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA PRE-TEST.....	173
LAMPIRAN E HASIL OLAH DATA MAIN-TEST.....	185
LAMPIRAN F KUESIONER.....	191
LAMPIRAN G HASIL RESPONDEN.....	205
LAMPIRAN H HASIL TEST TURNITIN.....	209
LAMPIRAN I PERNYATAAN IZIN PENGGUNAAN DATA ANALYTICS TIKTOK BENFARM	226
LAMPIRAN J SURAT KETERANGAN MAGANG.....	227

