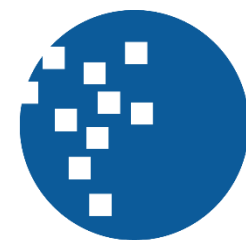


**PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN
DAN DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG
DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Arya Revananda

00000081130

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

**PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN
DAN DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG
DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Arya Revananda

00000081130

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Arya Revananda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000081130

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN DAN DURASI
PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
GENERASI Z DI TANGERANG DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 06 Desember 2025


Arya Revananda

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Arya Revananda
NIM : 00000081130
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN
JENIS LAYANAN DAN DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI
TANGERANG DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI

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

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, 06 Desember 2025


Arya Revananda

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN DAN
DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG DENGAN PENDAPATAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

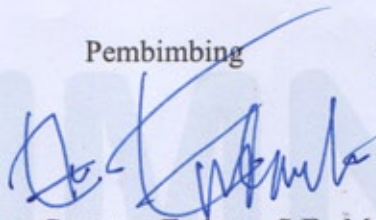
Oleh

Nama : Arya Revananda
NIM : 00000081130
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 06 Desember 2025

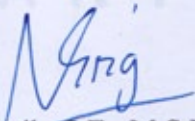
Pembimbing



06/12/2025

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
NIDN: 0301087205

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN DAN
DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG DENGAN PENDAPATAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Nama : Arya Revananda
NIM : 00000081130
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 15 Desember 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Prof. Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos., MBA.

NIDN: 0314047401

Penguji

Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR.

NIDN: 0305027607

Pembimbing

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.

NIDN: 0301087205

Ketua Program Studi Manajemen

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

NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arya Revananda

NIM : 00000081130

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN DAN
DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG DENGAN
PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

Tangerang, 06 Desember 2025



(Arya Revananda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaannya, saya akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Frekuensi Penggunaan Jenis Layanan dan Durasi Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Tangerang dengan Pendapatan sebagai Variabel Mediasi.” Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Ada banyak tantangan, proses panjang, dan pembelajaran baru yang saya hadapi. Namun, berkat dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, saya dapat melewati setiap tahap dengan baik hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, dengan tulus saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua serta keluarga, yang selalu menjadi sumber kekuatan. Terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti.

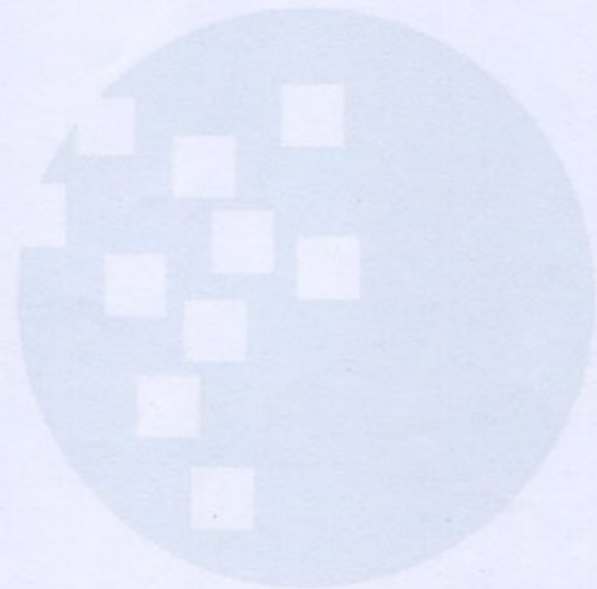
Saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pembaca, bagi pengembangan penelitian serupa di masa mendatang, maupun sebagai tambahan wawasan mengenai perilaku konsumtif Generasi Z dalam penggunaan e-wallet. Saya juga sangat terbuka terhadap kritik dan saran demi perbaikan karya ilmiah saya di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi kecil yang bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi siapa pun yang membutuhkannya.

Tangerang, 06 Desember 2025



Arya Revananda



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH FREKUENSI PENGGUNAAN JENIS LAYANAN
DAN DURASI PENGGUNAAN *E-WALLET* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI TANGERANG
DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Arya Revananda

ABSTRAK

Penggunaan *e-wallet* semakin berkembang pesat di kalangan Generasi Z dan telah menjadi bagian penting dari aktivitas keuangan sehari-hari. Fenomena ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan digital sebagai bagian dari persiapan menuju visi Indonesia Emas 2045. Penelitian ini berfokus pada pengaruh frekuensi penggunaan, jenis layanan, dan durasi penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Tangerang dengan pendapatan sebagai variabel mediasi. Meskipun *e-wallet* menawarkan kemudahan transaksi, promo, dan fitur keuangan digital lainnya, berbagai temuan sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan intensif dapat berpengaruh pada pola konsumsi individu, terutama pada generasi muda yang dekat dengan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menyebarkan kuesioner secara daring kepada 125 responden Generasi Z di Tangerang. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling. Data dianalisis menggunakan metode PLS SEM dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan, jenis layanan, dan durasi penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Pendapatan juga terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sekaligus memediasi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Temuan ini memberikan implikasi bagi penyedia *e-wallet*, pemerintah, serta institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi keuangan digital agar Generasi Z dapat memanfaatkan layanan pembayaran digital dengan lebih bijak. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku keuangan generasi muda serta memberikan gambaran praktis mengenai pengaruh penggunaan *e-wallet* terhadap pengelolaan pendapatan dan perilaku konsumtif di era digital.

Kata kunci: *E-wallet*, Frekuensi Penggunaan, Jenis Layanan, Durasi Penggunaan, Pendapatan, Perilaku Konsumtif, Generasi Z.

**THE EFFECT OF FREQUENCY OF USE OF SERVICE TYPES
AND DURATION OF E-WALLET USE ON THE CONSUMPTIVE
BEHAVIOR OF GENERATION Z IN TANGERANG WITH
INCOME AS A MEDIATING VARIABLE**

Arya Revananda

ABSTRACT

The use of e-wallets has grown rapidly among Generation Z and has become an essential part of their daily financial activities. This phenomenon aligns with the government's efforts to enhance digital financial literacy and inclusion as part of the preparation for Indonesia's Golden Vision 2045. This study focuses on examining the influence of e-wallet usage frequency, types of services, and duration of use on the consumptive behavior of Generation Z in Tangerang, with income serving as a mediating variable. Although e-wallets offer convenience, promotional features, and various digital financial functions, previous research has shown that intensive usage may affect individuals' consumption patterns, particularly among young people who are highly engaged with technology. This research employed a quantitative approach by distributing an online questionnaire to 125 Generation Z respondents in Tangerang. The sampling technique used was probability sampling. Data were analyzed using the PLS SEM method with the assistance of SmartPLS 4. The results indicate that the frequency of use, types of services, and duration of e-wallet usage have a positive and significant effect on income. Income was also found to have a positive and significant influence on consumptive behavior, while simultaneously mediating the relationship between e-wallet usage and consumptive behavior. These findings provide implications for e-wallet providers, the government, and educational institutions to strengthen digital financial literacy so that Generation Z can utilize digital payment services more responsibly. This study is expected to enrich the literature on youth financial behavior and offer practical insights into how e-wallet usage influences income management and consumptive behavior in the digital era

Keywords: *E-wallet, Usage Frequency, Service Types, Usage Duration, Income, Consumptive Behavior, Generation Z.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 <i>Financial Management</i>	12
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen.....	13
2.2.1.1 <i>Theory Of Utility and Satisfaction</i>	14
2.2.1.2 <i>Theory Of Consumer Decision Making</i>	14
2.2.1.3 <i>Theory Of Perception</i>	15
2.1.3 Teori Adopsi Teknologi.....	16
2.1.4 Teori Keuangan Perilaku	17
2.1.5 Teori Pendapatan	18
2.1.1 <i>E-wallet</i>	18

2.1.2	Frekuensi Penggunaan.....	19
2.1.3	Jenis Layanan	20
2.1.4	Durasi Penggunaan	21
2.1.5	Pendapatan.....	22
2.1.6	Perilaku Konsumtif	23
2.2	Model Penelitian.....	24
2.3	Hipotesis	26
2.3.1	Frekuensi Penggunaan Terhadap Pendapatan	26
2.3.2	Jenis Layanan Terhadap Pendapatan.....	27
2.3.3	Durasi Penggunaan Terhadap Pendapatan	27
2.3.4	Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	28
2.3.5	Frekuensi Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Pendapatan	28
2.3.6	Jenis Layanan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Pendapatan	29
2.3.7	Durasi Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Pendapatan	29
2.4	Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
3.2	Desain Penelitian	45
3.2.1	Metode Penelitian dan Tujuan Penelitian.....	46
3.2.1.1	Penelitian Kuantitatif.....	46
3.2.1.2	Penelitian Kualitatif	46
3.2.2	Data Penelitian.....	48
3.2.2.1	Data Primer.....	48
3.2.2.2	Data Sekunder	49
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel.....	50
3.3.2.1	Teknik Sampling.....	50
3.3.2.1.1	<i>Probability Sampling</i>	50
3.3.2.1.2	<i>Non-Probability Sampling</i>	51

3.3.2.2	<i>Sampling Size</i>	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1	Wawancara	54
3.4.2	Observasi.....	54
3.4.3	Kuesioner	54
3.5	Periode Penelitian.....	55
3.6	Skala Pengukuran	56
3.7	Operasionalisasi Variabel.....	57
3.7.1	Variabel Independen.....	62
3.7.2	Variabel Mediasi.....	63
3.7.3	Variabel Dependen	64
3.8	Teknik Analisis Data.....	65
3.8.1	<i>Pilot Test</i>	65
3.8.2	Uji Instrumen.....	65
3.9	Uji Kelayakan Data.....	66
3.9.1	Uji Validitas	66
3.9.2	Uji Reliabilitas	66
3.9.3	Uji Multikolinearitas (Inner VIF).....	66
3.9.4	<i>Bootstrapping (Path Coefficients)</i>	67
3.10	Analisis Data	67
3.10.1	Koefisien Determinasi	68
3.10.2	Uji <i>Effect Size (F-square)</i>	68
3.10.3	Uji Hipotesis	69
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	70
4.2	Karakteristik Responden	70
4.2.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	72
4.2.3	Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	73
4.2.4	Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan	74
4.2.5	Jumlah Responden Berdasarkan <i>E-wallet</i> Yang Digunakan	75

4.2.6	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	76
4.2.7	Jumlah Responden Berdasarkan Domisili Tangerang	77
4.3	Analisis Statistik	77
4.3.1	Frekuensi Penggunaan.....	79
4.3.2	Jenis Layanan	81
4.3.3	Durasi Penggunaan	83
4.3.4	Pendapatan.....	85
4.3.5	Perilaku Konsumtif	87
4.4	Uji Instrumen <i>Pre-test</i>	89
4.4.1	Uji Validitas Pretest	90
4.4.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	93
4.5	Uji Instrumen <i>Main-test</i>	96
4.5.1	Uji Measurement Model (Outer Model).....	96
4.5.1.1	<i>Internal Consistency Reliability</i>	98
4.5.1.2	<i>Convergent Validity</i>	101
4.5.1.3	<i>Discriminant Validity</i>	105
4.5.2	Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i>	111
4.5.2.1	<i>Collinearity Issues</i>	113
4.5.2.2	<i>Coefficient of Determination</i>	115
4.6	Uji Hipotesis.....	120
4.7	Uji Hipotesis <i>Spesific Indirect</i>	121
4.8	Pembahasan.....	123
4.7.1	Pengaruh positif antara Frekuensi Penggunaan <i>e-wallet</i> terhadap Pendapatan.....	123
4.7.2	Pengaruh positif antara Jenis Layanan <i>e-wallet</i> terhadap Pendapatan	124
4.7.3	Pengaruh positif antara Durasi Penggunaan <i>e-wallet</i> terhadap Pendapatan.....	126
4.7.4	Pengaruh positif antara Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif	128
4.9	Implikasi Manajerial	129
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1	Simpulan	132

5.2 Saran	134
5.2.1 Saran Untuk Penyedia <i>E-wallet</i>	134
5.2.2 Saran Untuk Pengguna <i>E-Wallet</i>	135
5.2.3 Saran Untuk Peneliti	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	142



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	57
Tabel 4.1 Tabel Interval	78
Tabel 4.2 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Frekuensi Penggunaan.....	79
Tabel 4.3 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Jenis Layanan	81
Tabel 4.4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Durasi Penggunaan	83
Tabel 4.5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan.....	85
Tabel 4.6 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif.....	87
Tabel 4.7 Tabel Uji Validitas Pretest	91
Tabel 4.8 Tabel Uji Reliabilitas Pretest	94
Tabel 4.9 Tabel Uji Internal Consistency Reliability.....	99
Tabel 4.10 Tabel Uji Convergent Validity.....	103
Tabel 4.11 Tabel Uji Fornell Larcker Criterion	107
Tabel 4.12 Tabel Uji Cross Loading.....	109
Tabel 4.13 Tabel Uji Collinearity Statistics VIF	114
Tabel 4.14 Tabel Uji R Square.....	116
Tabel 4.15 Tabel Uji F Square	118
Tabel 4.16 Tabel Uji Hipotesis	121
Tabel 4.17 Tabel Spesific Indirect	121

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi	2
Gambar 1.2 <i>E-wallet</i> Paling Sering Digunakan Gen Z & Millennial	4
Gambar 1.3 Preferensi Merek Mobile Banking Milenial dan Gen z	5
Gambar 2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Relasi Science, Engineering & Technology	16
Gambar 2.3 Model Penelitian Jurnal Utama	25
Gambar 2.4 Model Penelitian Yang Digunakan Peneliti	26
Gambar 3.1 Variabel Independen Peneliti	62
Gambar 3.2 Variabel Mediasi Peneliti	63
Gambar 3.3 Variabel Dependen Peneliti.....	64
Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	72
Gambar 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	73
Gambar 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan.....	74
Gambar 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan <i>E-wallet</i> Yang Digunakan.....	75
Gambar 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	76
Gambar 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili Tangerang	77
Gambar 4.8 Hasil Uji Outer Model.....	97
Gambar 4.9 Hasil Uji Inner Model	113

U 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 A Jurnal Utama.....	142
Lampiran B Hasil Turnitin.....	155
Lampiran C Hasil Pre-test.....	157
Lampiran D Hasil Main-test.....	170
Lampiran E Kuesioner	174
Lampiran F Hasil Kuesioner	183
Lampiran G Form Konsultasi Bimbingan Skripsi	184

