

**PENGARUH PUBLIC FIGURE ENDOSER LEE MIN HO  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA IKLAN LUWAK  
WHITE KOFFIE DI MEDIA TELEVISI**

Oleh:

**Nama : Stefanus Jemie Desia**

**NIM : 24120305**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2016**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAIAN

# PENGARUH PUBLIC FIGURE ENDOSER LEE MIN HO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA IKLAN LUWAK WHITE KOFFIE DI MEDIA TELEVISI

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Stefanus Jemie Desia**

**NIM : 24120305**

Jakarta, 4 Oktober 2016

**Disetujui Oleh :**

Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**OKTOBER 2016**

## ABSTRAK

© Hak cipta dimiliki IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Stefania Jemie Desia / 24120305 / 2016 / Pengaruh *Public Figure Endorser* Lee Min Ho Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Luwak White Koffie Di Media Televisi / Pembimbing : Ibu Rita Eka S., S.E., M.M.

Minuman merupakan salah satu hal utama yang dibutuhkan oleh semua makhluk hidup, terutama manusia. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beragam jenis minuman, salah satunya kopi. Seiring berjalannya waktu kopi mulai dikembangkan menjadi beberapa variasi salah satunya adalah *white coffee*, *White coffee* pertama yang ada di pasar adalah Luwak White Koffie dimana sampai saat ini masih memiliki konsistensinya dan masih menjadi penguasa pasar tertinggi. Luwak White Koffie juga kerap menggunakan iklan di televisi sebagai media pemasaran yang dipercaya dapat menjangkau banyak *audience*. Dalam iklannya Luwak White Koffie juga sering menggunakan *public figure* sebagai *brand ambassador*-nya. *Public Figure* yang digunakan Luwak White Koffie biasanya adalah *public figure* yang memiliki citra dan yang dikenal banyak orang. Akhir - akhir ini Luwak membuat suatu gebrakan dengan menjadi satu – satunya kopi yang menggunakan *public figure* yang berasal dari luar negeri. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh *Public Figure endorser* Pada Iklan Luwak White Koffie Di Media Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori-teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Teori-teori tersebut meliputi iklan, minat beli, dan *public figure endorser*.

Obyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melihat iklan Luwak White Koffie, data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap pra-kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji F, uji t, dan uji asumsi klasik.

Hasil analisis menunjukkan responden setuju bahwa *public figure endorser* berpengaruh terhadap minat beli yang ditunjukkan dengan skor masing – masing variable dan juga atribut – atribut dari masing – masing variable. Pengujian regresi menghasilkan bahwa citra dan karakteristik Lee Min Ho sebagai *public figure endorser* berpengaruh terhadap minat beli.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Public Figure Endorser* berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

## ABSTRAK

© Hak cipta milik BI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- Stefanus jemie desia / 24120305 / 2016 / the influence of public figure endorser Lee Min Ho against interest in buying consumers in advertisements Luwak White Koffie at television / tutors: Mrs Rita Eka S. , S.E. , M.M.

Drink is one of the main thing that required by all live animals , especially human beings .Indonesia is one of the countries have different kind of beverage , one of them coffee. Through the passing of time coffee begin to be developed into several variation one of them white coffee , white coffee first else on the market is Luwak White Koffie where until now still have its existence and still be ruler highest market .Luwak White Koffie are also frequently use advertisements on television as media marketing believed to reach many audience. In the Luwak White Koffie also often use public figure as a brand ambassador. Public figure that Luwak White Koffie use is usually public figure that having imagery and known many people. Lately Luwak White Koffie make a breakthrough with be the one and only coffee company that using international public figure from South Korea. It's makes Researcher interested to make a research of the influence of public figure endorser in advertisements Luwak White Koffie at television against interest in buying consumers.In this research researchers used theories to better understanding the concept that deals with thesis discussion .Theories has included advertising , interest in buying , and public figure endorser

Object of this research is consumers who ever see an ad Luwak White Koffie , the data collected uses a questionnaire by first undergone a validity and reliability to pre questionnaire .Technique the analysis used is test normality , autocorelation test , the f , test t , and the assumption classic.

The analysis shows respondents agree that public figure endorser impact on interest in buying in show with the score each variable and also attribute of each variable .Testing regression produce that imagery and characteristic Lee Min Ho as public figure endorser impact on interest in buying

This study concluded that public figure endorser impact on interest in buying consumers

## KATA PENGANTAR

**(C) Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Hak Cipta Dilindungi Undang Undang  
mengacapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan,  
Bantuan, semangat serta dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Pihak – pihak  
yang telah berjasa yaitu :

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala  
karunia dan rahmat-nya atas terselesaikannya skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka  
memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program  
studi Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik  
tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin  
mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan,  
semangat serta dukungan selama proses penulisan skripsi ini. Pihak – pihak  
yang telah berjasa yaitu :

1. Ibu Rita Eka S., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar  
membimbing, memberi saran, waktu, tenaga, masukan, diskusi, dan bantuan  
untuk peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.

2. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah  
mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang tiada ternilai kepada peneliti  
sejak semester awal sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan strata  
satu.

3. Seluruh staf perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang  
telah membantu peneliti dalam mencari sumber-sumber penelitian dan data  
untuk skripsi.

4. Seluruh Keluarga yang telah ikut membantu, mendoakan dan memberikan  
semangat dengan penuh cinta kasih kepada peneliti baik secara langsung  
maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



5. Teman – teman lain Purnomo yang memberikan ide untuk penulisan skripsi, Kensen Wangkawinata yang rela direpotkan dalam membantu peneliti menggunakan SPSS, Christopher Handika, Iriyany Sun, dan teman – teman lain yang telah memberikan semangat, bantuan dalam hal informasi dan bantuan moral kepada peneliti sewaktu diluar kampus serta membagikan informasi selama proses skripsi.
6. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam penulisan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu penulis berharap adanya masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada orang – orang yang membacanya.

Jakarta, September 2016

Stefanus Jemie Desia

**(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Akhir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

<p style="color: #000080; font-weight: bold; font-size: 1.5em; margin-bottom: 0;">© Hak cipta milik IBIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p style="font-size: 0.8em; margin-top: 0;">Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Karya Tulis Ilmiah</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"><b>HALAMAN JUDUL.....</b></td> <td style="width: 90%;">i</td> </tr> <tr> <td><b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b></td> <td>ii</td> </tr> <tr> <td><b>ABSTRAK.....</b></td> <td>iii</td> </tr> <tr> <td><b>ABSTRACT.....</b></td> <td>iv</td> </tr> <tr> <td><b>KATA PENGANTAR .....</b></td> <td>v</td> </tr> <tr> <td><b>DAFTAR ISI.....</b></td> <td>vii</td> </tr> <tr> <td><b>DAFTAR TABEL .....</b></td> <td>xii</td> </tr> <tr> <td><b>DAFTAR GAMBAR.....</b></td> <td>xii</td> </tr> <tr> <td><b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b></td> <td>xiii</td> </tr> <tr> <td><b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>    A. Latar Belakang Masalah.....</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>    B. Identifikasi Masalah.....</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>    C. Batasan Masalah.....</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>    D. Batasan Penelitian.....</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>    E. Tujuan.....</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>    F. Manfaat Penelitian.....</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td><b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....</b></td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>    A. Landasan Teoritis.....</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>        1. Bauran Promosi.....</td> <td>10</td> </tr> </table>	<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i	<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	ii	<b>ABSTRAK.....</b>	iii	<b>ABSTRACT.....</b>	iv	<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v	<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii	<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii	<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii	<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiii	<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	1	A. Latar Belakang Masalah.....	1	B. Identifikasi Masalah.....	8	C. Batasan Masalah.....	8	D. Batasan Penelitian.....	8	E. Tujuan.....	9	F. Manfaat Penelitian.....	9	<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....</b>	10	A. Landasan Teoritis.....	10	1. Bauran Promosi.....	10
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i																																						
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	ii																																						
<b>ABSTRAK.....</b>	iii																																						
<b>ABSTRACT.....</b>	iv																																						
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v																																						
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vii																																						
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii																																						
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xii																																						
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiii																																						
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	1																																						
A. Latar Belakang Masalah.....	1																																						
B. Identifikasi Masalah.....	8																																						
C. Batasan Masalah.....	8																																						
D. Batasan Penelitian.....	8																																						
E. Tujuan.....	9																																						
F. Manfaat Penelitian.....	9																																						
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....</b>	10																																						
A. Landasan Teoritis.....	10																																						
1. Bauran Promosi.....	10																																						

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<b>(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>	
<b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b>	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	
<b>A. Pendekatan Teori dan Metodologi Penelitian</b>	
A. 1. Teori dan Metodologi Penelitian	1
A. 2. Pendekatan Teori dan Metodologi Penelitian	1
<b>B. Analisis Data dan Interpretasi Hasil</b>	
B. 1. Analisis Data dan Interpretasi Hasil	1
B. 2. Pendekatan Analisis Data dan Interpretasi Hasil	1
<b>C. Minat Beli dan Pengaruhnya terhadap Pilihan Produk</b>	
C. 1. Minat Beli	1
C. 2. Pengaruh Minat Beli terhadap Pilihan Produk	1
<b>D. Pengaruh Variabel pada Minat Beli</b>	
D. 1. Pengaruh Variabel pada Minat Beli	1
<b>E. Penelitian Terdahulu</b>	
E. 1. Penelitian Terdahulu	1
<b>F. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis</b>	
F. 1. Kerangka Pemikiran	1
F. 2. Hipotesis	1
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>A. Objek Penelitian</b>	
A. 1. Objek Penelitian	1
<b>B. Desain Penelitian</b>	
B. 1. Desain Penelitian	1
<b>C. Variabel Penelitian</b>	
C. 1. Variabel Penelitian	1
<b>D. Teknik Pengumpulan Data</b>	
D. 1. Teknik Pengumpulan Data	1
<b>E. Teknik Pengambilan Sampel</b>	
E. 1. Teknik Pengambilan Sampel	1
<b>F. Teknik Analisis Data</b>	
F. 1. Teknik Analisis Data	1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... 45

A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... 45

B. Analisis Deskriptif..... 47

    1. Uji Validitas..... 48

    2. Uji Reliabilitas..... 49

    3. Profil Responden..... 50

        a. Analisis Profil Responden..... 50

        b. Analisis Variabel Public Figure..... 52

    4. Uji Asumsi Klasik..... 56

        a. Uji Normalitas..... 56

        b. Uji Autokorelasi..... 57

        c. Uji Keberartian Model (Uji F)..... 58

        d. Uji t..... 58

C. Hasil Penelitian..... 59

D. Pembahasan..... 60

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN..... 61



A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

**C** HAK CIPTA

Hak Cipta IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel C.1</b> Perusahaan Produksi Kopi Putih.....	<b>4</b>
<b>Tabel C.2</b> Top Brand Awards 2014.....	<b>6</b>
<b>Tabel C.3</b> Top Brand Awards 2015.....	<b>7</b>
<b>Tabel 1.1</b> Variabel dan Dimensi Public Figure.....	<b>35</b>
<b>Tabel 1.2</b> Variabel dan Dimensi Minat Beli.....	<b>36</b>
<b>Tabel 1.3</b> Uji Autokorelasi.....	<b>43</b>
<b>Tabel 4.1</b> Uji Validitas Public Figure Endorser.....	<b>48</b>
<b>Tabel 4.2</b> Uji Validitas Minat Beli.....	<b>49</b>
<b>Tabel 4.3</b> Uji Realibilitas Public Figure Endorser.....	<b>49</b>
<b>Tabel 4.4</b> Uji Realibilitas Minat Beli.....	<b>50</b>
<b>Tabel 4.5</b> Persentase Jenis Kelamin Responden.....	<b>51</b>
<b>Tabel 4.6</b> Persentase Usia Responden.....	<b>51</b>
<b>Tabel 4.7</b> Persentase Pekerjaan Responden.....	<b>52</b>
<b>Tabel 4.8</b> Skor Rata – rata Public Figure Endorser.....	<b>53</b>
<b>Tabel 4.9</b> Skor Rata – rata Minat Beli.....	<b>54</b>
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Normalitas.....	<b>56</b>
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Autokorelasi.....	<b>57</b>
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....	<b>58</b>
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	<b>59</b>

**Hak Cipta Milik IKKG**  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Tabel 1.1 Variabel dan Dimensi Public Figure.....  
Tabel 1.2 Variabel dan Dimensi Minat Beli.....  
Tabel 1.3 Uji Autokorelasi.....  
Tabel 4.1 Uji Validitas Public Figure Endorser.....  
Tabel 4.2 Uji Validitas Minat Beli.....  
Tabel 4.3 Uji Realibilitas Public Figure Endorser.....  
Tabel 4.4 Uji Realibilitas Minat Beli.....  
Tabel 4.5 Persentase Jenis Kelamin Responden.....  
Tabel 4.6 Persentase Usia Responden.....  
Tabel 4.7 Persentase Pekerjaan Responden.....  
Tabel 4.8 Skor Rata – rata Public Figure Endorser.....  
Tabel 4.9 Skor Rata – rata Minat Beli.....  
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....  
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi.....  
Tabel 4.12 Hasil Uji Keberartian Model (Uji F).....  
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....

1. Dilarang **F** sebagian atau seluruh karya tulis **F** seluruh karya tulis **F** tanpa mendapat izin dan menyertakan **F** sumber **F** penulis karya ilmiah, penyusunan laporan,

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar **IKKG**.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin **IKKG**.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 Logo Luwak White Koffie.....	46

**© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	<b>Hak Cipta Diligitungjihandang Undang</b>	<b>1</b>
Pra Kuesioner.....	.....	65
<b>Lampiran 2</b>	<b>Data Pra Kuesioner.....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran 3</b>	<b>Hasil SPSS Pra Kuesioner.....</b>	<b>69</b>
<b>Lampiran 4</b>	<b>Kuesioner.....</b>	<b>72</b>
<b>Lampiran 5</b>	<b>Data Kuesioner.....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 6</b>	<b>Hasil Rata - rata.....</b>	<b>79</b>
<b>Lampiran 7</b>	<b>Hasil SPSS.....</b>	<b>86</b>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.