

PERILAKU KONSUMEN MUDA LAYANAN *VIDEO ON DEMAND*

(VOD) NETFLIX MELALUI *SMARTPHONE* SELAMA

PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA

Oleh:

Nama: Hanna Untario

NIM: 24170350

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

PENGESAHAN

PERILAKU KONSUMEN MUDA LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* (VOD) NETFLIX MELALUI *SMARTPHONE* SELAMA PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

Nama: Hanna Untario

NIM: 24170350

Jakarta, 22 Oktober 2021

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

PENGESAHAN

PERILAKU KONSUMEN MUDA LAYANAN *VIDEO ON DEMAND* (VOD) NETFLIX MELALUI *SMARTPHONE* SELAMA PANDEMI COVID-19 DI JAKARTA

Diajukan Oleh:

Nama: Hanna Untario

NIM: 24170350

Jakarta, 22 Oktober 2021

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



ABSTRAK

Hanna Ontario/ 24170350/ 2021/ Perilaku Konsumen Muda Layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix Melalui *Smartphone* Selama Pandemi Covid-19 di Jakarta/ Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Fenomena pandemi Covid-19 yang terjadi membuat seluruh kegiatan masyarakat dialihkan ke aktivitas digital. Hal ini membuat muncul kebutuhan dan juga keinginan baru akan layanan hiburan yang dapat dinikmati semua kalangan selama dirumah saja. Media sosial & video *streaming* menjadi alternatif aplikasi yang pertama kali dicoba masyarakat pada masa pandemi Covid-19. Netflix mengumumkan mendapat peningkatan jumlah pengguna baru hingga 15,8 juta pelanggan berbayar sampai akhir Maret 2020. Sekaligus layanan *Video on Demand* (VoD) dengan jumlah pengguna tertinggi di Indonesia. Hal ini secara tidak langsung mengindikasikan adanya perubahan perilaku konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Narasumber yang dipilih adalah mereka yang menggunakan *smartphone*, berusia 20-29 tahun, membeli layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix selama pandemi Covid-19 dan berdomisili di wilayah Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi, serta teknik analisa data yang digunakan adalah *narrative analysis* dengan interpretatif dan teoritis sebagai uji validitas data.

Penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pelanggan menyadari munculnya kebutuhan terhadap layanan Netflix pada saat pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat cenderung merasa bosan dan mencari alternatif hiburan yang dapat dinikmati selama dirumah saja. (2) Pelanggan mengetahui layanan Netflix dari adanya pengaruh media sosial seperti Instagram dan Tiktok, Youtube, dan juga rekomendasi dari keluarga maupun teman. (3) Perilaku pencarian informasi sebelum melakukan pembelian yakni mencari informasi melalui website Netflix dan situs Google terkait cara penggunaan, cara berlangganan, cara melakukan pembayaran hingga membandingkan dengan produk sejenis. (4) Yang membuat keputusan pembelian dalam penelitian ini diri mereka sendiri. (5) Alternatif lain yang dipertimbangkan sebelum membeli adalah dengan cara membandingkan produk sejenis, kemudian dicari kekurangan serta kelebihan. (6) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Netflix terdiri faktor internal seperti hobi, selera dan rasa suka. Sedangkan faktor eksternal meliputi: budaya, gaya hidup, teman, keluarga, produk, harga, ketersediaan produk, kualitas produk dan kualitas layanan. (7) Pelanggan menggunakan Netflix dengan cara membeli dari website Netflix maupun e-commerce, lalu menggunakannya melalui *smartphone*, TV dan juga laptop. (8) Pengalaman yang dirasakan pelanggan yakni merasa senang, puas dan merasa terbantu karena menghadirkan konten-konten yang bervariasi dan sesuai dengan keinginan penggunanya, serta dilengkapi oleh fitur-fitur yang lengkap. (9) Kepuasan pelanggan Netflix bersifat positif (10) Loyalitas pelanggan Netflix bersifat positif.

Disarankan bagi perusahaan Netflix hendaknya memperhatikan faktor internal yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti: hobi, selera dan rasa suka, serta faktor eksternal meliputi: budaya, gaya hidup, teman, keluarga, produk, harga, ketersediaan produk, kualitas produk dan kualitas layanan agar jumlah pengguna pembelian layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix dapat terus bertambah di masa yang akan datang. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti lebih lanjut terkait sumber informasi yang paling berpengaruh bagi pelanggan Netflix, serta mencari tahu lebih lanjut terkait faktor-faktor internal dan juga eksternal yang tidak terungkap dalam penelitian ini, seperti: usia, pendidikan, pekerjaan, pengalaman masa lalu, kekayaan, sifat/kepribadian dan simpati, status sosial dan juga promosi.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Layanan *Video on Demand*, Pandemi Covid-19



ABSTRACT

Hanna Ontario/ 24170350/ 2021/ *Young Consumers Behavior of Netflix Video on Demand (VoD) Service Through Smartphones During the Covid-19 Pandemic in Jakarta* / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

The phenomenon of the Covid-19 pandemic has shifted all community activities to digital activities. This shift creates a new need and desire for entertainment services that can be enjoyed by staying at home. Social media & video streaming are alternative applications that the community first tried during the Covid-19 pandemic. Netflix announced an increase in the number of new users to 15.8 million paid subscribers by the end of March 2020. It is also the Video on Demand (VoD) service with the highest number of users in Indonesia. These indirectly develop changes in consumer behavior.

The research method used is qualitative using a case study approach. The selected informants are those who use smartphones, aged 20-29 years, purchase Netflix's Video on Demand (VoD) service during the Covid-19 pandemic, and are domiciled in the Jakarta area. Data collection techniques used are interviews and documentation, and data analysis techniques used are narrative analysis with interpretive and theoretical as data validity tests.

This study shows that: (1) Customers are aware of the emergence of the need for Netflix services during the Covid-19 pandemic which makes people tend to feel bored and look for alternative entertainment that can be enjoyed while at home. (2) Customers are aware of Netflix services from the influence of social media such as Instagram and Tiktok, Youtube, as well as recommendations from family and friends. (3) Information seeking behavior before making a purchase, namely looking for information through the Netflix website and the Google website regarding how to use, how to subscribe, how to make payments to compare with similar products. (4) Who made the purchasing decisions in this study themselves. (5) Another alternative that is considered before buying is by comparing similar products, then looking for shortcomings and advantages. (6) The factors that influence the Netflix purchase decision consist of internal factors such as: hobbies, tastes and likes. While external factors include: culture, lifestyle, friends, family, product, price, product availability, product quality and service quality. (7) Customers use Netflix by buying from the Netflix website or e-commerce, then using it through smartphones, TVs and laptops. (8) The experience felt by customers is feeling happy, satisfied and feeling helped because it presents content that is varied and in accordance with the wishes of its users, and is equipped with complete features. (9) Netflix customer satisfaction is positive (10) Netflix customer loyalty is positive.

It is recommended for Netflix companies to pay attention to internal factors that influence purchasing decisions such as: hobbies, tastes and likes, as well as external factors including: culture, lifestyle, friends, family, products, prices, product availability, product quality and service quality so that the number of users Netflix Video on Demand (VoD) service purchases may continue to increase in the future. For further researchers, they should research further regarding the most influential sources of information for Netflix subscribers, and find out more about internal and external factors that were not revealed in this study, such as: age, education, occupation, past experience, wealth, nature / personality and sympathy, social status and also promotion.

Keywords: *Consumer Behavior, Video on Demand Services, Covid-19 Pandemic*

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

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.

Jurnal Ilmiah Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) (Jurnal Ilmiah Informatika Kwik Kian Gie)



KATA PENGANTAR

Pertama-tama saya ucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rencana, kasih dan kuasa-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perilaku Konsumen Muda Layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix Melalui *Smartphone* Selama Pandemi Covid-19 di Jakarta” dengan maksimal. Adapun penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian tingkat Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih atas semua dukungan, arahan, bimbingan dari lingkungan sekitar. Dengan segala hormat dan pujian, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang sudah responsif dalam memberikan bimbingan dan arahan serta saran positif yang membangun selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang selalu memberikan motivasi, bantuan dan arahan selama berkuliah di Program Studi Manajemen Pemasaran Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Dr. M. Budi Widiyo Iryanto, M.E., selaku Dosen Wali yang sudah membantu penulis khususnya dalam konsultasi rencana studi tiap semester yang akan diambil selama menempuh studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.



5. Segenap staff akademik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, atas segala bantuan kelancaran akademik, baik itu selama perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini sampai akhirnya skripsi ini dapat diserahkan.
6. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa selalu dan tetap memanjatkan doa serta memberikan dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis baik itu di saat keadaan mudah maupun susah.
7. Ci Yaya, yang selalu memberi semangat dan begitu banyak *treats* sebagai *mood booster* kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ko Sinyo, Ko Yohan dan Ko Yopi, yang selalu menghibur dan mendoakan penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
9. Cindy, Alda, Clara, Zefa, Dian, Regi dan Nicky, selaku teman penulis sejak di bangku SMA hingga sekarang yang selalu memberi dukungan positif dan menghibur penulis dalam masa penyusunan skripsi ini.
10. Jose, Ceka, dan Edgar, selaku teman penulis sejak di bangku SMA hingga sekarang yang selalu memberi semangat, dukungan, dan juga energi positif kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan.
11. John, Santo, Bella, Stejo, Cellen, Tepi, Maul, Nadin, serta teman-teman angkatan 2017 yang tak bisa disebutkan namanya satu-persatu, yang telah berjuang bersama dari awal hingga akhir dan memberi banyak bantuan serta semangat selama penulis menempuh studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
12. Kepada seluruh narasumber penelitian ini, yang telah bersedia untuk diwawancarai dan meluangkan waktunya untuk membantu proses penyusunan skripsi ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



13. *Last but not least, I wanna thank me. For believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu segala kritik dan juga saran yang sifatnya membangun dari semua pihak diterima dengan senang hati. Semoga skripsi dengan judul “Perilaku Konsumen Muda Layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix Melalui *Smartphone* Selama Pandemi Covid-19 di Jakarta” ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Jakarta, Agustus 2021

Hanna Untario



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.

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

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



Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)





B. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Disain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Teknik Pengambilan Narasumber	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Netflix	Error! Bookmark not defined.
B. Deskripsi Narasumber Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Triangulasi Data	Error! Bookmark not defined.
D. Hasil Penelitian dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring 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.

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Triangulasi Data	47

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 GAMBAR

<p>Gambar 1.1</p>	<p>1.1 Pertumbuhan Penggunaan Aplikasi (April 2020).</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 1.2</p>	<p>1.2 Pertumbuhan Durasi Streaming Video</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 1.3</p>	<p>1.3 Persentase Penggunaan Aplikasi VOD di Indonesia</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 1.4</p>	<p>1.4 Jumlah Pelanggan Netflix</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 2.1</p>	<p>2.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 2.2</p>	<p>2.2 Kerangka Pemikiran</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>
<p>Gambar 2.4</p>	<p>2.4 Sejarah Perkembangan Netflix</p>	<p>Error! Bookmark not defined.</p>

© Hak Cipta Milik BSI Kijang (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Penutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara	94
Lampiran 2. Tabel Jawaban Narasumber	96
Lampiran 3. Hasil Wawancara Dengan Narasumber 1	102
Lampiran 4. Hasil Wawancara Dengan Narasumber 2	107
Lampiran 5. Hasil Wawancara Dengan Narasumber 3	112
Lampiran 6. Hasil Wawancara Dengan Narasumber 4	116
Lampiran 7. Hasil Wawancara Dengan Narasumber 5	120
Lampiran 8. Foto Bukti Kegiatan Wawancara	125
Lampiran 9. Profile Narasumber	126

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



© Hak cipta milik IBI KKG (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.