

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Kepada Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Cumonley Sunjaya, selaku mahasiswa tingkat akhir Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) saya bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* TikTok dan *Personal Branding* Iben Ma Terhadap Niat Beli Produk Sambal Bakar Indonesia.”

Dengan segala kehormatan dan kerendahan hati, saya memohon ketersediaan waktu Bapak/Ibu/Saudara/i dan teman teman untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Segala informasi yang Saudara/i berikan sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Cumonley Sunjaya



A. Profil Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Pria
- Wanita

Usia :

- 16 – 20 tahun
- 21 – 25 tahun
- 26 – 30 tahun
- > 30 tahun

Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Karyawan
- Wiraswasta
- Ibu rumah tangga
- Lainnya

Apakah Anda mengetahui Sambal Bakar Indonesia (Sambak)?

- Ya
- Tidak (pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

Apakah Anda mengetahui atau mengikuti Tiktokers Iben Ma?

- Ya
- Tidak (pengisian kuesioner berhenti sampai disini)

Keterangan :

1 : Sangat tidak setuju

4 : Setuju

2 : Tidak setuju

5 : Sangat Setuju

3 : Netral

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



B. Social Media Marketing

Pada section ini akan ada pernyataan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *social media marketing* dan responden yang terhormat dapat memberikan bobot seperti berikut untuk setiap pertanyaan yang ada pada *section* ini.

Keterangan :

- 1 : Sangat tidak setuju 3 : Netral 5 : Sangat Setuju
2 : Tidak setuju 4 : Setuju

No	Pernyataan	Nilai				
		STS	TS	N	S	SS
Entertainment						
1.	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) ini menyenangkan untuk dilihat					
2.	Konten dari media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) terlihat menarik					
Interaction						
3.	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) memungkinkan untuk berbagi informasi dengan pengguna yang lain					
4.	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) memungkinkan adanya percakapan dan pertukaran dengan pengguna lain					
5.	Terdapat kemudahan untuk memberikan pendapat melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Trendiness						
6.	Konten yang dibuat melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (sambak) memuat informasi informasi terbaru					
7.	Penggunaan media sosial Sambal Bakar Indonesia (sambak) sangat kekinian					
Customization						
8.	Melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) saya mudah untuk melakukan pencarian informasi yang saya inginkan					
9.	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) telah menyediakan layanan yang saya butuhkan					

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



C. Personal Branding

Pada *section* ini akan ada pertanyaan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *personal branding* dari Iben Ma dan responden yang terhormat dapat memberikan bobot seperti berikut untuk setiap pertanyaan yang ada pada *section* ini.

Keterangan :

- 1 : Sangat tidak setuju 3 : Netral 5 : Sangat Setuju
2 : Tidak setuju 4 : Setuju

No	Pernyataan	Nilai				
		STS	TS	N	S	SS
Distrinctive						
1.	Iben Ma merupakan content creator TikTok yang memiliki penampilan fisik yang menarik.					
2.	Iben Ma merupakan content creator TikTok yang memiliki kepribadian yang berkualitas.					
3.	Iben Ma merupakan content creator TikTok yang memiliki keahlian yang khas.					
Relevant						
2.	Karakter Iben Ma relevan dengan produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Consistent						
3.	Iben Ma merupakan sosok yang konsisten dalam membangun <i>personal brandingnya</i> sebagai seorang <i>content creator</i> .					

D. Niat Beli

Pada *section* ini akan ada pertanyaan untuk mengukur seberapa besar pengaruh niat beli dan responden yang terhormat dapat memberikan bobot seperti berikut untuk setiap pertanyaan yang ada pada *section* ini.

Keterangan :

- 1 : Sangat tidak setuju 3 : Netral 5 : Sangat Setuju
2 : Tidak setuju 4 : Setuju



No	Pernyataan	Nilai				
		STS	TS	N	S	SS
Mencari informasi						
1.	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Mempertimbangkan pembelian						
2.	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Tertarik mencoba						
3.	Saya tertarik untuk mencoba produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Ingin mengetahui produk						
4.	Saya ingin mengetahui produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					
Ingin memiliki produk						
5.	Saya ingin memiliki produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)					



LAMPIRAN 2

Data Responden

Data 30 Responden Pra-Kuesioner

Social Media Marketing (X1)

Resp.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total X1
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	36
6	3	4	4	4	5	4	3	4	3	34
7	4	5	4	4	5	4	5	5	5	42
8	3	4	3	3	4	3	3	4	3	31
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
10	5	4	4	4	4	4	3	3	4	36
11	3	4	5	4	4	3	5	4	4	35
12	5	4	4	4	5	4	5	4	4	40
13	5	3	4	4	4	5	3	4	5	37
14	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
15	4	5	4	5	5	5	5	4	5	42
16	4	3	3	4	5	3	4	4	3	33
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	5	5	5	4	5	5	5	4	41
19	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	4	4	4	4	5	5	4	5	3	37
22	3	4	4	3	3	3	4	4	5	33
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
24	5	5	4	4	3	3	5	4	3	36
25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
26	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
28	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
29	4	4	4	4	4	5	4	4	4	38
30	5	4	4	4	3	4	4	3	3	35

Personal Branding (X2)

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

Resp.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	3	4	4	19
3	4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	4	22
6	3	4	4	4	4	19
7	4	5	4	4	4	21
8	3	3	3	4	4	17
9	3	3	3	3	3	15
10	5	4	5	4	4	22
11	4	5	4	3	4	20
12	3	3	4	5	4	19
13	3	4	5	5	4	21
14	3	3	4	4	3	17
15	4	4	5	4	5	22
16	4	5	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	5	5	5	23
19	4	4	4	4	4	20
20	4	5	4	5	5	23
21	4	3	3	4	3	17
22	3	3	4	4	3	17
23	3	3	3	3	3	15
24	3	4	3	4	5	19
25	4	3	3	3	4	17
26	4	5	4	5	5	23
27	3	3	4	4	4	18
28	4	5	5	4	4	22
29	4	5	4	4	4	21
30	4	4	5	4	5	22

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.

Niat Beli (Y)

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

Resp.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total Y
1	5	4	5	3	4	21
2	4	4	4	3	3	18
3	4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	3	3	18
6	4	3	4	4	4	19
7	4	5	5	5	4	23
8	3	4	4	4	3	18
9	3	4	3	3	3	16
10	4	5	5	5	5	24
11	5	4	3	5	4	21
12	4	5	5	5	4	23
13	5	5	4	5	3	22
14	3	5	5	3	3	19
15	5	5	5	5	4	24
16	3	5	4	3	3	18
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	4	5	5	24
19	4	4	3	4	4	19
20	4	5	5	5	5	24
21	4	5	5	4	4	22
22	3	5	4	4	3	19
23	3	3	3	3	3	15
24	5	4	5	5	4	23
25	4	4	4	4	4	20
26	4	5	5	4	4	22
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	3	3	19
29	4	5	4	4	4	21
30	4	3	4	4	3	18

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



Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Social Media Marketing (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SMM1	32,43	12,737	,434	,817
SMM2	32,40	12,524	,463	,814
SMM3	32,57	12,599	,586	,802
SMM4	32,57	11,840	,638	,793
SMM5	32,30	12,562	,457	,814
SMM6	32,57	11,564	,643	,792
SMM7	32,40	11,972	,591	,799
SMM8	32,40	12,869	,495	,810
SMM9	32,63	11,964	,471	,816

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	9

Personal Branding (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PB1	16,03	5,068	,480	,799
PB2	15,80	3,890	,666	,745
PB3	15,77	4,185	,635	,754
PB4	15,73	4,892	,514	,790
PB5	15,73	4,340	,675	,742

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	5

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



Niat Beli (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NB1	16,23	4,530	,453	,745
NB2	15,93	4,340	,462	,744
NB3	16,00	4,483	,432	,753
NB4	16,23	3,564	,672	,663
NB5	16,53	4,051	,652	,679

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,762	5

Data 120 Responden

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	P1	P2	P3	P4	P5	N1	N2	N3	N4	N5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4
4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4
5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4
4	5	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	3
3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	5	3	3
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4
3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	5	4	4	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	3	3	5	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3

Kian Gie	5
Kwik	4
Kaka	4
Malika	5
Maica	4
Maia	4
Maria	4
Maria Ino	3
Bisnisan	4
Bisnisa	3
Bisnisi	4
Bisnisa	4
Institu	4
Institu	4
Institu	4



M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	P1	P2	P3	P4	P5	N1	N2	N3	N4	N5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4
4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	4	3	3
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5	3	3	5	4	4
4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	3	4	3	4	3	5	5
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5



Hasil Output Profil Responden

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	43	35,8	35,8	35,8
	Wanita	77	64,2	64,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 tahun	15	12,5	12,5	12,5
	21 - 25 tahun	47	39,2	39,2	51,7
	26 - 30 tahun	35	29,2	29,2	80,8
	> 30 tahun	23	19,2	19,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	36	30,0	30,0	30,0
	Karyawan	52	43,3	43,3	73,3
	Wiraswasta	18	15,0	15,0	88,3
	Ibu rumah tangga	14	11,7	11,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



LAMPIRAN 3

Hasil Output Analisis Deskriptif

Variabel *social media marketing*

SMM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	22	18,3	18,3	18,3
	Setuju	68	56,7	56,7	75,0
	Sangat setuju	30	25,0	25,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	27	22,5	22,5	22,5
	Setuju	67	55,8	55,8	78,3
	Sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	34	28,3	28,3	28,3
	Setuju	71	59,2	59,2	87,5
	Sangat setuju	15	12,5	12,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	31	25,8	25,8	25,8
	Setuju	64	53,3	53,3	79,2
	Sangat setuju	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	17,5	17,5	17,5
	Setuju	62	51,7	51,7	69,2
	Sangat setuju	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

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



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

SMM6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	31	25,8	25,8	25,8
	Setuju	66	55,0	55,0	80,8
	Sangat setuju	23	19,2	19,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	24	20,0	20,0	20,0
	Setuju	53	44,2	44,2	64,2
	Sangat setuju	43	35,8	35,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	17,5	17,5	17,5
	Setuju	70	58,3	58,3	75,8
	Sangat setuju	29	24,2	24,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SMM9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	31	25,8	25,8	25,8
	Setuju	60	50,0	50,0	75,8
	Sangat setuju	29	24,2	24,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SMM1	120	4,07	,658	,060
SMM2	120	3,99	,667	,061
SMM3	120	3,84	,622	,057
SMM4	120	3,95	,684	,062
SMM5	120	4,13	,685	,063
SMM6	120	3,93	,670	,061
SMM7	120	4,16	,733	,067
SMM8	120	4,07	,645	,059
SMM9	120	3,98	,710	,065



One-Sample Test

Test Value = 0

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
SMM1	67,739	119	,000	4,067	3,95	4,19
SMM2	65,526	119	,000	3,992	3,87	4,11
SMM3	67,693	119	,000	3,842	3,73	3,95
SMM4	63,246	119	,000	3,950	3,83	4,07
SMM5	66,083	119	,000	4,133	4,01	4,26
SMM6	64,281	119	,000	3,933	3,81	4,05
SMM7	62,119	119	,000	4,158	4,03	4,29
SMM8	69,095	119	,000	4,067	3,95	4,18
SMM9	61,469	119	,000	3,983	3,86	4,11

Variabel *personal branding*

PB1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	41	34,2	34,2	34,2
	Setuju	66	55,0	55,0	89,2
	Sangat setuju	13	10,8	10,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

PB2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	38	31,7	31,7	31,7
	Setuju	55	45,8	45,8	77,5
	Sangat setuju	27	22,5	22,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

PB3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	32	26,7	26,7	26,7
	Setuju	63	52,5	52,5	79,2
	Sangat setuju	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

PB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	25	20,8	20,8	20,8
	Setuju	66	55,0	55,0	75,8
	Sangat setuju	29	24,2	24,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



PB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	28	23,3	23,3	23,3
	Setuju	72	60,0	60,0	83,3
	Sangat setuju	20	16,7	16,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PB1	120	3,77	,632	,058
PB2	120	3,91	,733	,067
PB3	120	3,94	,690	,063
PB4	120	4,03	,673	,061
PB5	120	3,93	,632	,058

One-Sample Test

Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
PB1	65,332	119	,000	3,767	3,65	3,88
PB2	58,384	119	,000	3,908	3,78	4,04
PB3	62,613	119	,000	3,942	3,82	4,07
PB4	65,670	119	,000	4,033	3,91	4,15
PB5	68,223	119	,000	3,933	3,82	4,05

Variabel Niat Beli

NB1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	40	33,3	33,3	33,3
	Setuju	63	52,5	52,5	85,8
	Sangat setuju	17	14,2	14,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

NB2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	14	11,7	11,7	11,7
	Setuju	62	51,7	51,7	63,3
	Sangat setuju	44	36,7	36,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

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.



NB3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	13	10,8	10,8	10,8
	Setuju	68	56,7	56,7	67,5
	Sangat setuju	39	32,5	32,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

NB4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	26	21,7	21,7	21,7
	Setuju	60	50,0	50,0	71,7
	Sangat setuju	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

NB5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	30	25,0	25,0	25,0
	Setuju	64	53,3	53,3	78,3
	Sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NB1	120	3,81	,665	,061
NB2	120	4,25	,651	,059
NB3	120	4,22	,624	,057
NB4	120	4,07	,707	,065
NB5	120	3,97	,685	,063

One-Sample Test

Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
NB1	62,754	119	,000	3,808	3,69	3,93
NB2	71,467	119	,000	4,250	4,13	4,37
NB3	74,000	119	,000	4,217	4,10	4,33
NB4	63,018	119	,000	4,067	3,94	4,19
NB5	63,418	119	,000	3,967	3,84	4,09

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



LAMPIRAN 3

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57108039
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,056
	Negative	-,061
Test Statistic		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Social Media Marketing	,504	1,984
	Personal Branding	,504	1,984

- a. Dependent Variable: Niat Beli

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,369	,849		,434	,665
	Social Media Marketing	-,020	,031	-,081	-,627	,532
	Personal Branding	,080	,054	,189	1,470	,144

- a. Dependent Variable: ABS_RES



4. Uji Autokorelasi

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

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,762 ^a	,580	,573	1,584	1,947

a. Predictors: (Constant), Personal Branding, Social Media Marketing

b. Dependent Variable: Niat Beli

Hasil Persamaan Regresi Ganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,944	1,377		2,138	,035
	Social Media Marketing	,245	,051	,409	4,842	,000
	Personal Branding	,434	,088	,417	4,937	,000

a. Dependent Variable: Niat Beli

Hasil Uji Kesesuaian Model

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405,865	2	202,932	80,834	,000 ^b
	Residual	293,727	117	2,510		
	Total	699,592	119			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Personal Branding, Social Media Marketing

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,573	1,584

a. Predictors: (Constant), Personal Branding, Social Media Marketing

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

LAMPIRAN 4

TABEL STATISTIK

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

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

R tabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

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



F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

C

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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