

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMRAH
PADA PT MA'ALI WISATA BANJARMASIN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

**OLEH
ACHMAD FADILLAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2025/1447 H**



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

**PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET UMRAH
PADA PT MA'ALI WISATA BANJARMASIN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Menyelesaikan Program Strata Satu Sarjana Sosial
Manajemen Dakwah**

Oleh:

**Achmad Fadillah
210104030058**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
BANJARMASIN
2025 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Fadillah
NIM : 210104030058
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 7 April 2003
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul, “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Pada PT Ma’ali Wisata Banjarmasin Tahun 2024” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 11 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



124D8AMX276125160

Achmad Fadillah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3257627; Faksimili (0511) 3254344;
Website: www.fdk.uin-antasari.ac.id; E-mail: fdik@uin-antasari.ac.id lg: fdkuinantasari

SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI

Nomor : 489/Un.14/III.4/PP.00.9/06/2025

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Achmad Fadillah
NIM : 210104030058
Program Studi : S1 Manajemen Dakwah

Judul skripsi:

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
UMRAH PADA PT MA'ALI WISATA BANJARMASIN TAHUN 2024**

Hasil Uji Plagiasi : 24%

Berdasarkan hasil cek plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 13 Juni 2025

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Eduturrahman

Achmad Fadillah

**PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET UMRAH PADA PT MA'ALI WISATA BANJA...**

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Document Details

Submission ID

trn:old::1:3275214759

77 Pages

Submission Date

Jun 13, 2025, 7:24 AM GMT+7

10,599 Words

Download Date

Jun 13, 2025, 7:33 AM GMT+7

69,852 Characters

File Name

Achmad_Fadillah_2.docx

File Size

712.8 KB

24% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 22%  Internet sources
- 15%  Publications
- 12%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap
Keputusan Pembelian Paket Umrah Pada PT
Ma'ali Wisata Banjarmasin Tahun 2024

Ditulis oleh : Achmad Fadillah

NIM : 210104030058

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Program Studi : Manajemen Dakwah

Tahun Akademik : 2025

Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 7 April 2003

Alamat : Jl. Alalak Selatan RT. 03 RW. 02 No. 104

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujuinya untuk
dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 3 Juni 2025

Pembimbing I


Sri Anafarhanah, SEI., MSI
NIP. 198909112015032005

Pembimbing II


Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM
NIP. 198604082020122010

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin,




Sri Anafarhanah, SEI., MSI
NIP. 198909112015032005

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Pada PT Ma’ali Wisata Banjarmasin Tahun 2024” ditulis oleh Achmad Fadillah telah diujikan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin

Tanggal : 7 Juli 2025

Dan dinyatakan LULUS dengan predikat: 95 (A+)



Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin,

Dr. H. M. Abduh, MA
NIP. 196305021992031005

TIM PENGUJI:

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. M. Abduh, MA	1.
2. Devi Noviyanti, SE., M.M.	2.
3. Sri Anafarhanah, SEI., MSI	3.
4. Rahmi Yuningsih Puteri, MM	4.

ABSTRAK

Achmad Fadillah: 210104030058. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin Tahun 2024.* Pembimbing (I) Sri Anafarhanah, SEI., MSI dan Pembimbing (II) Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM, pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, Keputusan Pembelian, Jemaah Umrah

Ibadah umrah merupakan salah satu ibadah penting bagi umat Muslim, dengan Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah jemaah umrah terbesar di dunia. Pada tahun 2024, tercatat lebih dari 1,4 juta jemaah Indonesia yang menunaikan ibadah umrah. Meningkatnya jumlah penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU) memberikan berbagai pilihan bagi calon jemaah, namun di sisi lain juga meningkatkan persaingan antar biro perjalanan umrah. Dalam menghadapi persaingan tersebut, PT Ma'ali Wisata telah menggunakan *brand ambassador* sejak tahun 2019, yang diikuti dengan peningkatan jumlah jemaah pada tahun-tahun berikutnya. Namun, belum dapat dipastikan apakah kenaikan jumlah jemaah tersebut disebabkan oleh *brand ambassador* atau faktor lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk mengidentifikasi pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin tahun 2024, mengetahui seberapa besar pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin tahun 2024, dan mengetahui indikator *brand ambassador* yang paling memengaruhi keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin tahun 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh jemaah umrah yang menggunakan jasa PT Ma'ali Wisata pada tahun 2024, yang berjumlah 4.281 jemaah. Dengan menggunakan rumus Slovin, sampel penelitian yang diambil sebanyak 98 responden. Teknik analisis data dilakukan melalui uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian paket umrah pada PT Ma'ali Wisata Banjarmasin tahun 2024. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta $t_{hitung} 8,955 > t_{tabel} 1,984$, yang mengindikasikan bahwa H_a diterima. *Brand ambassador* memiliki pengaruh sebesar 45,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Angka tersebut diperoleh dari koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,455 atau 45,5%. Indikator *attraction* (daya tarik) merupakan indikator yang paling memengaruhi keputusan pembelian, dengan nilai rata-rata per indikator tertinggi sebesar 3,11.

MOTTO

Hidup sejatinya bukanlah sebuah perlombaan. Tak mengapa jika langkahmu lebih lambat dibandingkan mereka yang berlari. Terkadang, kita perlu menikmati setiap momen yang terjadi dan tetap percaya, semuanya akan berakhir indah.

- AF -

PERSEMBAHAN

Dengan ucapan syukur *Alhamdulillah*, skripsi ini peneliti persembahkan dengan penuh rasa hormat, sebagai tanda bakti dan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Bardi dan Ibunda Janainah. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak terhingga, sehingga peneliti dapat melangkah sejauh ini. Segala pencapaian yang peneliti raih hingga kini adalah berkat doa-doa yang mereka panjatkan kepada Ilahi.

Kepada kakak peneliti Abdurrahman yang sudah berusaha untuk membimbing adik bungsunya ini sepenuh hati. Terimakasih karena tak pernah lelah untuk memberikan bantuan saat adiknya menemui segala kesulitan yang dihadapi.

Kepada seluruh rekan-rekan peneliti, khususnya teman-teman jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2021 yang telah memberikan semangat dan dukungannya, serta menemani peneliti untuk bertukar pikiran selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini, semoga apa yang kita cita-citakan dapat terwujud suatu hari nanti. Âmîn.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripsi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ت	:	T	18.	ع	:	'
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	هـ	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	`
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

Mad dan Diftong:

- | | | | | | |
|--------------------|---|-------|-------|---|----|
| 1. Fathah panjang | : | Â / â | 4. أو | : | Aw |
| 2. Kasrah panjang | : | Î / î | 5. أي | : | Ay |
| 3. Dhammah panjang | : | Û / û | | | |

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap.

Misalnya; رَبَّنَا ditulis *rabbanâ*.

2. Vokal panjang (*mad*) ;

Fathah (baris di atas) di tulis **â**, *kasrah* (baris di bawah) di tulis **î**, serta *dammah* (baris di depan) ditulis dengan **û**.

Misalnya; القارعة ditulis *al-qâri‘ah*, المساكين ditulis *al-masâkîn*, المفلحون ditulis *al-muflihûn*.

3. Kata sandang *alif + lam* (ل) (ل)

Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis **al**.

Misalnya; الكافرون ditulis *al-kâfirûn*. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجال ditulis *ar-rijâl*.

4. Ta’ *marbûthah* (ة)

Bila terletak di akhir kalimat, ditulis **h**.

Misalnya; ditulis البقرة *al-baqarah*. Bila ditengah kalimat ditulis **t**, misalnya;

زكاة المال ditulis *zakât al-mâl*, atau سورة النساء ditulis *sûrat an-Nisâ`*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ،

سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah Swt., yang telah melimpahkan taufik, hidayah, dan nikmat-Nya kepada kita semua. Selawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw., yang telah menuntun umat manusia menuju cahaya yang terang-benderang. Semoga kita menjadi bagian dari umatnya dan mendapatkan syafaat beliau di hari kiamat nanti.

Alhamdulillah, dengan berkat rahmat Allah Swt., peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Ma’ali Wisata Banjarmasin Tahun 2024.” Proses panjang yang penuh liku, mulai dari masa-masa jenuh yang sering muncul, banyaknya kesibukan, hingga beberapa kali pergantian pada judul, akhirnya berhasil peneliti lalui. Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, saran, dan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti dengan tulus ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tiada terhingga serta penghargaan yang setinggi-tingginya terkhusus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA, selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin.

2. Bapak Dr. H. M. Abduh Amrie, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, serta salah satu guru yang sangat berjasa bagi peneliti di bidang Tilawah Al-Qur'an.
3. Ibu Sri Anafarhanah, SEI., MSI., selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin dan sekaligus dosen pembimbing I yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rahmi Yuningsih Puteri, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, koreksi dan saran-saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta pelayanan yang baik selama peneliti menempuh studi.
6. Kedua orang tua peneliti, Ayahanda Bardi dan Ibunda Janainah yang tiada hentinya memberikan doa, kasih sayang dan dukungannya. Serta kakak peneliti, Abdurrahman yang selalu memberikan bantuan dan menemani perjuangan peneliti hingga di titik ini.
7. Ustadz H. Muhammad Irhami, Lc, selaku Direktur Utama PT Ma'ali Wisata Banjarmasin. Saudari Nor Izzatil Hasanah, S.Pd, dan Saudara M. Haikal Fiqry, S.Sos, selaku karyawan, serta jemaah umrah PT Ma'ali Wisata Banjarmasin yang bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

8. Keluarga besar Manajemen Dakwah angkatan 2021, khususnya teman-teman di lokal 21C1, yang telah kebersamai peneliti selama menjalani dunia perkuliahan.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, khususnya Ahmad Hafi, Hafiz Ansyari, M. Ihsan Faridi, dan M. Ayyub Fahrullah, yang telah banyak membantu dan menemani peneliti selama menempati kos di Banjarbaru, serta teman-teman seperjuangan peneliti lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
10. Senior dan teman-teman peneliti yang telah banyak membantu peneliti dalam mempelajari metode penelitian kuantitatif, khususnya Ibu Ulfia Nurhasanah Komariah, S.Sos., M.Han., Kak Muhammad Nashih, S.E., M.E., saudara Fauzil Ihya Husaini, saudara Ahmad Nurdin dan Mas Flavianus Enda, pemilik saluran YouTube “Enda Channel” yang turut memberikan penjelasan dan masukan berharga pada penelitian ini.

Semoga Allah Swt. membalas setiap amal baik dari semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini dengan pahala yang berlipat ganda. Akhir kata, meskipun penelitian ini masih jauh dari sempurna, diharapkan skripsi ini memberikan manfaat bagi peneliti, dunia akademik, dan para pembacanya.

Banjarmasin, 16 Juni 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	vi
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Hipotesis Penelitian	7
E. Signifikansi Penelitian	8
F. Definisi Operasional	9
G. Penelitian Terdahulu	10
H. Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. <i>Brand Ambassador</i>	15
1. Pengertian <i>Brand Ambassador</i>	15

2. Fungsi <i>Brand Ambassador</i>	17
3. Faktor-Faktor Pemilihan <i>Brand Ambassador</i>	18
4. Jenis-jenis <i>Brand Ambassador</i>	20
5. Indikator <i>Brand Ambassador</i>	22
B. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2. Proses Keputusan Pembelian	26
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian	28
4. Indikator Keputusan Pembelian	30
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian	33
D. Data dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum PT Ma'ali Wisata	45
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
C. Analisis Statistik Deskriptif	54
D. Hasil Penelitian	58
1. Hasil Uji Instrumen	58
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
3. Hasil Uji Hipotesis	64
E. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran-saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jemaah Umrah PT Ma'ali Wisata (2015-2024).....	4
Tabel 3.1 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	53
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i>	55
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	64
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Ma'ali Wisata	47
Gambar 4.2 Persentase Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 4.3 Persentase Usia Responden.....	49
Gambar 4.4 Persentase Tingkat Pendidikan Responden.....	50
Gambar 4.5 Persentase Pekerjaan Responden	52
Gambar 4.6 Persentase Frekuensi Pembelian Responden.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Kuesioner <i>Google Form</i>	87
Lampiran 3 Data Responden.....	90
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian.....	94
Lampiran 5 Hasil Pengolahan Data.....	99
Lampiran 6 Tabel R dan Tabel T	102
Lampiran 7 Kelengkapan Administrasi Lainnya	104
Lampiran 8 Dokumentasi.....	110