

LAMPIRAN

Lampiran-1

Scan bukti bimbingan



STIE (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi) Malangkuççwara
 Jl. Terusan Candi Kalasan, Malang, Jawa Timur
 phone +62 0341 481913, fax +62 0341 495619
 email info@stie-mce.ac.id, www.stie-mce.ac.id

printed:
 2020-09-07 11:51:18
 verification:
 e00cf59

Log Bimbingan Skripsi

Nama Mahasiswa : WINDY TRIA MAHENDRA PUTRA
 NPK : K.2016.1.33818
 Nama Dosen : YUYUK LIANA, SE, MM
 NIK : 202.710.259

No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Maret 2020
1	1	31-03-2020	mhs mengajukan judul saja... mencari jurnal jurnal untuk mendukung penelitian	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	April 2020
2	1	08-04-2020	mhs menyerahkan jurnal dan sharing tentang ide penelitian untuk melanjutkan membuat proposal penelitian	
3	1	30-04-2020	meyerahkan bab 1-3 1. pada latar belakang masalah masih belum nampak masalah yg muncul 2. pada tinjauan pustaka untuk mengutip maka gunakan 2 atau 3 pendapat kemudian tarik kesimpulan 3. pada pengembangan hupotesis tambahkan dukungan jurnal penelitiannya 4. pada jenis penelitian jelaskan alasan kenapa mengambil jenis tsb 5. pada populasi dan sampel penelitian tentukan obyek penelitiannya...tentukan sampel penelitiannya dan teknik pengambilan sampel	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Mei 2020
4	1	14-05-2020	Tambahkan jurnal pada pengembangan hipotesisnya selain itu juga diperbaiki pada tinjauan pustaka gunakan jurnal yang menggunakan 5 th keatas dan rujukan buku 10 th keatas	
5	2	28-05-2020	bab 4-5 - jelaskan pada deskripsi variabel dan responden dengan detil serta alasannya - beri penjelsan pada pembahsan didukung oleh jurnal - selain itu gunakan tabel agar dapat menjelaskan hasil analisis	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Juni 2020
6	2	10-06-2020	pada bagian pembahasan hasil penelitian masih kurang detil dalam menjelaskan maka perlu pembahasan lebih detil dan dukungan jurnalnya	
No.	Tahap	Tanggal	Keterangan	Juli 2020
7	2	02-07-2020	pada kesimpulan sebaiknya jelaskan pula tujuan, populasi dan sampel, serta hasil penelitian	
8	2	12-07-2020	Acc bab 1-5	

Keterangan: Tahap 1 (Bab 1-3) dan Tahap 2 (Bab 4-5)

LAMPIRAN-2

Kuisisioner

- **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Penulis mengharapkan Bapak atau Ibu dapat mengisi dan memberikan jawaban atas kuesioner dengan sejujur-jujurnya serta seobyektif mungkin, sesuai keadaan yang sebenarnya. Jawaban atas kuesioner akan dijamin kerahasiaannya dan tidak mempunyai konsekuensi apa pun terhadap diri pribadi Bapak atau Ibu, melainkan diperlukan semata-mata hanya untuk keperluan studi.

2. Berilah tanda pada kolom jawaban yang Bapak atau Ibu anggap paling sesuai. Pendapat Anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna:

Skala 5 = Sangat Setuju (SS)

Skala 4 = Setuju (S)

Skala 3 = Netral / Ragu-Ragu (N)

Skala 2 = Tidak Setuju (TS)

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

- **Identitas Responden:**

Nama Responden (opsional):

Usia:

Jenis Kelamin: () Pria () Wanita

Lampiran-3

Variabel Advertising (X)

No.	Indikator Variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Setelah melihat promosi yang dilakukan Dancell diberbagai media sosial, menimbulkan adanya keinginan untuk membeli gadget di Dancell					
2.	Pesan yang terkandung dalam promosi Dancell di berbagai media dapat dipercaya					
3.	Media yang digunakan dalam promosi produk dancell dapat menjangkau khalayak umum					

4.	Slogan dalam promosi Dancell disosial media sangat menarik perhatian					
5.	Endorse yang dilakukan Dancell dengan mengajak berbagai artis sangat menarik perhatian dan meningkatkan penjualan					
6.	Promosi yang disampaikan Dancell mampu mempengaruhi keputusan dalam menentukan gadget apa yang akan dibeli					
7.	Identitas yang dimiliki perusahaan Dancell baik dan lebih unggul dari yang lain					

Variabel Word of Mouth (Z)

No.	Indikator Variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Membicarakan kepada orang lain pengalaman setelah membeli produk gadget di Dancell					
2.	Informasi positif yang diberikan teman tentang Dancell menimbulkan keinginan untuk membeli gadget di Dancell					
3.	Selalu merekomendasikan teman dan orang terdekat untuk membeli gadget di Dancell					
4.	Sering membujuk dan dibujuk teman untuk membeli gadget di Dancell					
5.	Membeli gadget di Dancell karena teman sering membicarakannya dibanding toko gadget lain.					
6.	Membeli gadget di Dancell berdasarkan keberagaman jenis varian produk yang ditawarkan Dancell					

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Indikator Variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Produk yang disajikan/ditawarkan di Dancell memiliki kualitas produk yang unggul					
2.	Dancell selalu memberikan pelayanan yang baik untuk meningkatkan komitmen dan loyalitas konsumen					
3.	Melakukan pembelian produk di Dancell berulang-ulang atau lebih dari satu kali					
4.	Membeli gadget di Dancell karena adanya kebutuhan					
5.	Mencari informasi tentang Dancell sebelum membeli gadget di Dancell baik dari iklan, situs web resmi, serta orang yang pernah membeli di Dancell					
6.	Saat melakukan pembelian di Dancell konsumen mendapatkan penjelasan dan pengarahan mengenai produk, sehingga membuat semakin yakin kepada produk yang akan dibeli.					
7.	Merasa puas terhadap produk yang dibeli di Dancell, Sehingga ada kemungkinan untuk membeli kembali.					

Lampiran-4 Analisa regresi X terhadap Z

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.420	.414	2.38912

a. Predictors: (Constant), Advertising

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	404.816	1	404.816	70.922	.000 ^b
	Residual	559.374	98	5.708		
	Total	964.190	99			

a. Dependent Variable: Word of Mouth

b. Predictors: (Constant), Advertising

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.517	2.374		1.903	.060
	Advertising	.696	.083	.648	8.422	.000

a. Dependent Variable: Word of Mouth

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.304	3.08297

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth, Advertising

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.449	3.120		2.388	.019
	Advertising	.705	.140	.554	5.034	.000
	Word of Mouth	.019	.130	.016	.143	.886

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran-5 Uji Reabilitas

1. X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	7

2. Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	7

3. Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

Lampiran-6 Uji Validitas

1. X

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X
X1	Pearson Correlation	1	.324**	.260**	.117	.175	.311**	.189	.553**
	Sig. (2-tailed)		.001	.009	.245	.082	.002	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.324**	1	.433**	.102	.236*	.383**	.365**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.314	.018	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.260**	.433**	1	.248*	.091	.345**	.287**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.013	.368	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.117	.102	.248*	1	.409**	.328**	.289**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.245	.314	.013		.000	.001	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.175	.236*	.091	.409**	1	.316**	.078	.545**

	Sig. (2-tailed)	.082	.018	.368	.000		.001	.440	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.311**	.383**	.345**	.328**	.316**	1	.196	.684**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001	.001		.051	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.189	.365**	.287**	.289**	.078	.196	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.004	.004	.440	.051		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	.553**	.664**	.626**	.591**	.545**	.684**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.414**	.419**	.332**	.334**	.348**	.420**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.414**	1	.377**	.429**	.331**	.416**	.406**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.419**	.377**	1	.388**	.229*	.342**	.369**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.022	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.332**	.429**	.388**	1	.328**	.443**	.252*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.001	.000	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.334**	.331**	.229*	.328**	1	.401**	.493**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.022	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.348**	.416**	.342**	.443**	.401**	1	.324**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.420**	.406**	.369**	.252*	.493**	.324**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.688**	.710**	.672**	.678**	.642**	.682**	.679**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Z

		Correlations						
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z
Z1	Pearson Correlation	1	.505**	.306**	.307**	.368**	.361**	.653**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.505**	1	.335**	.462**	.496**	.436**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z3	Pearson Correlation	.306**	.335**	1	.465**	.424**	.308**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z4	Pearson Correlation	.307**	.462**	.465**	1	.493**	.311**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z5	Pearson Correlation	.368**	.496**	.424**	.493**	1	.414**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z6	Pearson Correlation	.361**	.436**	.308**	.311**	.414**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Z	Pearson Correlation	.653**	.758**	.670**	.732**	.765**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran-7 Data Responden

NO	ADVERTISING							WORD OF MOUTH							KEPUTUSAN PEMBELUAN									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	JUMLAH	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	JUMLAH	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	JUMLAH	
1	4	4	4	4	5	4	5	4	30	5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	5	4	4	4	30
2	4	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	3	4	5	24	4	5	4	3	4	3	5	28
4	4	4	4	4	4	4	5	4	29	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	4	5	4	32
5	3	4	5	4	3	2	5	26	4	5	2	5	3	5	24	4	5	3	5	3	4	3	27	
6	3	3	3	3	4	3	3	22	3	3	3	2	3	3	16	3	2	3	3	5	3	4	23	
7	3	3	3	4	3	2	5	23	5	4	2	3	4	2	20	4	5	4	3	4	5	4	29	
8	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	5	28	
9	4	4	4	4	4	5	4	29	5	5	4	4	4	5	27	4	4	5	5	3	4	4	29	
10	4	4	5	4	5	4	4	30	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	5	4	29	
11	5	4	5	4	4	5	5	32	5	5	5	4	4	4	27	4	4	5	4	4	4	4	29	
12	3	3	4	3	4	4	3	24	3	3	4	4	3	4	21	2	3	4	2	3	4	4	22	
13	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
14	3	3	3	3	4	3	3	22	3	3	2	3	2	4	17	4	3	2	4	3	3	3	22	
15	4	5	5	4	4	5	5	32	5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	5	4	5	4	32	
16	3	4	3	4	3	4	4	25	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	4	4	4	4	27	
17	5	5	4	4	5	5	4	32	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	5	5	4	5	32	
18	5	3	3	5	5	3	5	29	3	3	3	3	4	5	21	5	5	3	5	4	5	3	30	
19	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	5	4	4	4	25	4	4	3	4	4	4	4	27	
20	4	3	4	5	5	5	4	30	5	5	4	4	4	5	27	5	4	4	4	4	4	3	28	
21	4	3	3	3	4	4	3	24	3	3	3	2	3	3	17	3	3	3	3	4	3	3	22	
22	3	3	3	4	4	3	3	23	4	3	3	3	3	4	20	3	3	2	3	4	4	3	22	
23	3	4	3	4	4	4	4	26	4	3	3	3	3	4	20	4	4	3	4	3	4	3	25	
24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
25	4	4	5	5	4	4	5	31	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	5	4	5	4	31	
26	5	4	5	4	4	5	5	32	4	4	5	3	3	5	24	5	4	5	4	5	3	5	31	
27	5	4	3	4	5	4	5	30	5	5	4	4	5	4	27	4	5	4	4	5	5	4	31	
28	3	4	4	3	4	3	2	23	2	3	3	2	2	3	15	3	4	2	3	3	3	3	21	
29	5	4	4	5	4	5	4	31	4	5	4	4	4	5	26	4	4	5	4	4	4	4	29	
30	4	4	4	5	5	4	3	29	4	4	4	3	3	4	22	4	5	4	5	5	5	5	33	
31	4	4	5	4	5	4	3	29	3	3	3	2	3	4	18	3	3	2	3	4	4	3	22	
32	5	5	5	1	1	3	5	25	5	5	5	5	5	5	30	1	1	1	1	1	1	1	7	
33	4	3	3	3	4	3	3	23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	4	4	3	24	
34	4	3	3	3	4	3	3	23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	4	4	3	24	
35	4	5	5	5	5	4	5	33	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	34	
36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
37	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	5	4	4	4	25	4	4	3	4	4	4	4	27	
38	4	3	4	4	4	4	3	26	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	4	4	4	4	27	
39	4	5	4	5	5	4	5	32	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	5	5	35	
40	3	4	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
41	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	4	3	4	3	20	4	3	4	3	3	4	3	24	
42	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
43	4	4	4	4	4	3	3	26	5	3	3	3	3	4	21	4	4	3	2	5	5	4	27	
44	5	4	5	4	5	4	4	31	5	4	5	4	4	4	26	5	5	5	4	5	5	5	34	
45	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
46	4	4	5	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
47	4	3	3	4	4	3	4	24	4	3	3	2	3	3	18	3	4	2	4	5	5	4	27	
48	5	5	4	4	5	5	5	33	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	5	4	4	4	31	
49	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	
50	4	4	3	4	3	4	4	26	4	3	4	3	3	5	22	4	5	3	4	5	4	5	30	
51	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
52	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
53	5	4	3	3	5	4	4	28	5	3	4	3	4	4	23	5	3	4	3	4	4	4	27	
54	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	4	4	4	4	27	
55	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	
56	4	4	4	4	3	3	4	26	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28	
57	5	4	4	4	5	3	3	28	4	3	5	5	3	5	25	5	4	5	2	3	3	5	27	
58	5	5	5	4	3	5	3	30	4	3	5	5	4	3	24	5	5	3	4	4	3	4	28	
59	5	5	5	4	5	5	4	33	4	4	4	4	5	5	26	3	4	4	5	4	4	3	27	
60	5	5	4	4	4	4	4	30	4	5	4	5	4	5	27	3	3	4	3	4	4	3	24	
61	5	4	4	5	4	5	4	31	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	4	4	5	4	32	
62	4	4	4	3	3	3	3	24	5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	4	4	5	5	33	
63	5	4	5	5	4	4	5	32	4	5	4	4	5	4	26	4	3	5	3	3	5	4	27	
64	4	4	5	4	4	5	3	29	4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	3	5	4	4	29	
65	4	5	4	4	4	3	4	28	4	5	5	4	5	4	27	2	4	3	3	4	4	4	24	
66	4	4	5	4	5	4	4	30	4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	5	3	4	3	28	
67	4	3	4	4	3	4	4	26	5	4	4	5	3	4	25	4	3	4	4	4	4	4	27	
68	4	3	4	4	3	4	3	25	3	4	4	4	5	3	23	5	4	4	3	4	5	3	28	
69	3	4	3	4	4	3	5	26	4	5	4	4	5	5	27	4	4	4	4	3	4	4	26	
70	4	5	5	5	5	5	5	34	3	3	5	5	3	3	22	3	5	4	4	5	4	5	30	
71	3	3	4	3	3	4	4	24	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	3	4	4	27	
72	5	4	5	5	4	4	3	30	5	4	4	4	5	5	27	5	4	4	4	5	4	3	29	
73	5	4	4	5	4	4	4	30	4	5	5	5	3	3	25	5	4	4	5	4	5	4	31	
74	5	4	4	5	5	4	4	31	4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	3	3	4	5	28	
75	4	5	4	4	5	5	4	31	5	4	5	4	5	4	27	5	4	3	3	5	4	5	29	
76	4	5	5	4	4	4	5	31	4	4	5	4	4	5	26	4	3	4	5	4	5	4	29	
77	5	5	5	4	4	4	5	32	4	5	5	4	4	5	27	4	5	3	3	4	3	3	25	
78	4	5	4	4	5	4	3	29	3	3	4	5												



Tersertifikasi 'A' AKUNTANSI 3233/SK/AN-PT/Akred/S/03/2018
Tersertifikasi 'A' MANAJEMEN 2812/SK/AN-PT/Akred/S/03/2018



STIE MALANGKEÇWARA
d.b. ABM School of Economics

Nomor : 0413 1/BAAK-RESEARCH/VI/2020
Perihal : Riset Untuk Skripsi

18 Juni 2020

Yth : KEPALA
CVDANCELL WARUJAYENG
JL. AHMAD YANI NO. 19, WARUJAYENG, KAB. NGANJUK
NGANJUK

Dengan Hormat,

Bersama surat ini kami hadapkan seorang mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : WINDY TRIA MAHENDRA PUTRA
Nomor Pokok : K.2016.1.33818
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : DESA NGRONGGOT KECAMATAN NGRONGGOT, KODYA NGANJUK,
JAWA TIMUR

bermaksud untuk mencari data-data guna keperluan penulisan skripsi dengan tema :
PENGARUH SOSIAL MEDIA ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
PEMBELIAN WORDOF MOUTH

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset dan
bantuan seperlunya. Perlu kami jelaskan bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan
ilmiah (pendidikan) dan tidak akan digunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan /
instansi.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



18 Juni 2020

Ketua Jurusan MANAJEMEN,

Lindananty
Drs LINDANANTY, MM
NIK 202.710.194