

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN  
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI  
ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**ANDI FIRMANTOVANI KUSUMA**

**21150000013**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN  
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI  
ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**ANDI FIRMANTOVANI KUSUMA**

**2115000013**



**PROPOSAL SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI  
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di situs jual beli online Shopee**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimanamestinya.

Jakarta, 2021



**Andi Firmantovani Kusuma**

NPK 2115000013

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di situs jual beli online Shopee**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Diah Pralitasari, SP., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta,

2021

Menyetujui



Pembimbing,

Dr. Diah Pralitasari, SP., MM.

Mengetahui



Kepala Prodi S-1 Manajemen

Muhammad Ramaditya, BBA., M. Sc.



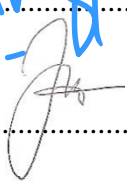
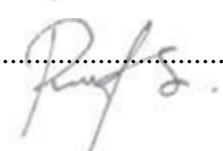
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di situs jual beli online Shopee**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 3 September 2021 dengan nilai ....

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1Manajemen)
2.  .....; Dr. Diah Pralitasari, SP., MM.  
(Dosen Pembimbing)
3.  .....; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM.  
(Dosen Penguji)
4.  .....; Rutinaias Haholongan, SE., MM.  
(Dosen Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas yang telah dilimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Dr. Diah Prinitasari, SP, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu selaku penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Ibu Dr. Diah Prinitasari, SP., MM. selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc., selaku Kepala Program Studi Star1 Manajemen.
6. Kepada seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan sebagian ilmunya.
7. Kedua orang tua yang amat sangat saya cintai, Bapak Poniman dan Ibu Nina Tarwiah, yang selalu memberikan semangat, dorongan, doa dan selalu memberikan semangat dan dukungan untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada teman spesial saya, Fiqih Nur Aida S.kep yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan moril- material dengan keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada rekan seperjuangan saya, Muchammad Ramadhan, Fachri Rizki Adha, Putri Nurmayanti, Hardiyanti, dan Prinka Noer Rizki yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada ketua RT, RW serta Kepala Desa Kedung Jaya Perumahan Villa Gading Harapan 3 Bekasi Utara yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
11. Segenap teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) khususnya kelas Reguler Karyawan Manajemen dan Akuntansi Bekasi Angkatan 2015 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 2021



**ANDI FIRMANTOVANI KUSUMA**

NPM. 21150000013

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Firmantovani Kusuma  
NPM : 21150000013  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalti- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINESHOPEE

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 2021

Yang menyatakan



Andi Firmantovani Kusuma



Andi Firmantovani Kusuma  
NPM : 2115000013

Dosen Pembimbing:  
Dr. Diah Pranitasari, SP., MM.  
Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGALAMAN  
BERBELANJA DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di situs jual beli online shopee.

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif, adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis jalur. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sebanyak 110 responden dengan kriteria pengguna aplikasi shopee.

Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis t secara parsial menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis f secara simultan terdapat pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini variabel kepercayaan konsumen memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

***Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja,  
Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.***

**Andi Firmantovani Kusuma**  
NPM : 2115000013

**Supervisor:**  
**Dr. Diah Pranitasari, SP., MM.**  
**Program Studi S-1 Manajemen**

**EFFECT OF EASE OF USE, SHOPPING EXPERIENCE AND  
CONSUMER TRUST ON PURCHASE DECISIONS ON ONLINE  
SHOPEE BUYING SITES**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of ease of use, shopping experience and consumer trust on purchasing decisions on the shopee online buying and selling site.

This study uses an associative research strategy, while the method used in this study is the path analysis method. The sample was determined based on the purposive sampling method, with a total of 110 respondents with shopee application user criteria. Data analysis methods are validity test, reliability test, measure partial effect, measure simultaneous effect, t test, f test using SPSS version 25.00.

The results of the study prove that the partial t hypothesis shows that the ease of use variable partially has no significant effect on purchasing decisions. While the variables of shopping experience and consumer confidence partially have a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously testing the f hypothesis there is an effect of ease of use, shopping experience and consumer confidence on purchasing decisions. In this study, consumer confidence variable has the most dominant influence on purchasing decisions.

***Keywords: Ease of Use, Shopping Experience, Consumer Trust and Purchase Decision.***

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II</b> .....	<b>5</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Pengertian E-commerce .....	14
2.2.2 Jenis-Jenis E-commerce .....	15
2.2.3 Komponen E-commerce .....	16
2.2.4 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	18
2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan .....	18
2.2.6 Indikator Kemudahan Penggunaan .....	19
2.2.7 Pengertian Pengalaman Berbelanja.....	19
2.2.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengalaman Berbelanja.....	20
2.2.9 Indikator Pengalaman Berbelanja .....	21
2.2.10 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	21

2.2.11	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen .....	22
2.2.12	Indikator Kepercayaan Konsumen .....	22
2.2.13	Pengertian Keputusan Pembelian .....	23
2.2.14	Indikator Keputusan Pembelian .....	24
2.3	Keterkaitan Antar Variabel.....	24
2.3.1	Keterkaitan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.3.2	Keterkaitan Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3	Keterkaitan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4	Hipotesis Penelitian .....	27
2.5	Kerangka Konseptual .....	27
<b>BAB III</b>	.....	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>29</b>
3.1	Strategi dan Metode Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3.2.1	Populasi Penelitian .....	30
3.2.2	Sampel Penelitian.....	30
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	32
3.4.1	Indikator dan Sub Indikator Antar Variabel .....	33
3.4.2	Skala dan Angka Penafsiran .....	34
3.5	Metode Analisis Data .....	35
3.5.1	Pengujian Instrumen Penelitian .....	35
3.6	Analisis Statistik Data .....	37
3.6.1	Koefisien Korelasi (r).....	37
3.6.2	Koefisien Determinasi (r <sup>2</sup> ) .....	37
<b>BAB IV</b>	.....	<b>40</b>
<b>PEMBAHASAN</b>	.....	<b>40</b>
4.1	Deskripsi Perusahaan.....	40
4.2	Deskripsi Responden .....	41
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia .....	42

4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
4.3 Deskripsi Data .....	43
4.3.1 Analisis Kemudahan Penggunaan .....	44
4.3.2 Analisis Pengalaman Berbelanja .....	44
4.3.3 Analisis Kepercayaan Konsumen .....	45
4.3.4 Analisis Keputusan Pembelian .....	45
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	46
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.5 Analisis Statistik Data .....	49
4.5.1 Koefisien Korelasi (r) .....	49
4.5.2 Uji Korelasi Berganda Simultan.....	50
4.5.3 Koefisien Determinasi (r <sup>2</sup> ).....	51
4.5.4 Pengujian hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	51
4.5.5. Pengujian hipotesis secara simultan (uji F).....	53
4.6 Pembahasan Hasil Analisa Data.....	53
4.6.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.2 Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Keputusan Pembelian ..	56
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	57
4.6.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.....	58
<b>BAB V.....</b>	<b>608</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>608</b>
5.1 Kesimpulan .....	608
5.2 Saran .....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	59
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>620</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> Variabel, Indikator, Sub Indikator Antar Variabel.....	33
<b>Tabel 3. 2</b> Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner .....	35
<b>Tabel 3. 3</b> Interpretasi Koefisien Korelasi .....	37
<b>Tabel 4. 1.</b> Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
<b>Tabel 4. 2.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	42
<b>Tabel 4. 3.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
<b>Tabel 4. 4.</b> Validitas instrumen per butir untuk variabel kemudahan penggunaan (X1) .....	46
<b>Tabel 4. 5.</b> Validitas instrumen per butir untuk variabel pengalaman berbelanja (X2) .....	47
<b>Tabel 4. 6.</b> Validitas instrumen per butir untuk variabel kepercayaan konsumen (X3) .....	47
<b>Tabel 4. 7.</b> Validitas instrumen per butir untuk keputusan pembelian (Y) .....	48
<b>Tabel 4. 8.</b> Hasil uji reliabilitas instrumen variabel Kemudahan penggunaan (X1), Pengalaman Berbelanja (X2), Kepercayaan Konsumen (X3), dan Keputusan pembelian (Y).....	48
<b>Tabel 4. 9.</b> Koefisien korelasi (r) kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian .....	49
<b>Tabel 4. 10.</b> Koefisien korelasi (r) pengalaman berbelanja dengan keputusan pembelian .....	49
<b>Tabel 4. 11.</b> Koefisien korelasi (r) kepercayaan konsumen dengan keputusan pembelian .....	50
<b>Tabel 4. 12.</b> Korelasi berganda Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
<b>Tabel 4. 13</b> Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
<b>Tabel 4. 14.</b> Hasil uji-t antara Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, dan terhadap Keputusan Pembelian .....	51

<b>Tabel 4. 15.</b> Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F) antara kemudahan penggunaan, pengalaman berbelanja, kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. ....	53
---	----

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1.</b> E-Commerce Indonesia yang Paling Banyak dicari Tahun 2018....	1
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Konseptual.....	28
<b>Gambar 4. 1.</b> Logo Perusahaan Shopee.....	41
<b>Gambar 4. 2</b> Diagram skala likert variabel kemudahan penggunaan .....	44
<b>Gambar 4. 3.</b> Diagram skala likert variabel pengalaman berbelanja .....	45
<b>Gambar 4. 4.</b> Diagram skala likert variabel kepercayaan konsumen .....	45
<b>Gambar 4. 5.</b> Diagram skala likert variabel Keputusan pembelian .....	46
<b>Gambar 4. 6.</b> Hasil Model Penelitian.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	65
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi untuk Variabel Kemudahan Penggunaan (X1) .....	71
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi untuk Variabel Pengalaman Berbelanja (X2) .....	73
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi untuk Variabel Kepercayaan Konsumen (X3) .....	76
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	79
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Uji Normalitas Kemudahan Penggunaan (X1) & Keputusan Pembelian (Y).....	82
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Normalitas Pengalaman Berbelanja (X2) & Keputusan Pembelian (Y).....	82
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Normalitas Kepercayaan Konsumen (X3) & Keputusan Pembelian (Y).....	83
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan .....	83
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman Berbelanja .....	83
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen .....	83
<b>Lampiran 12.</b> Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	84
<b>Lampiran 13.</b> Koefisien Korelasi Kemudahan Penggunaan (X1) & Keputusan Pembelian (Y) .....	84
<b>Lampiran 14.</b> Koefisien Korelasi Pengalaman Berbelanja (X2) & Keputusan Pembelian (Y) .....	84
<b>Lampiran 15.</b> Koefisien Korelasi Kepercayaan Konsumen (X3) & Keputusan Pembelian (Y) .....	85
<b>Lampiran 16.</b> Koefisien Korelasi Berganda .....	85
<b>Lampiran 17.</b> Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan (X1), Pengalaman Berbelanja (X2), Kepercayaan Konsumen (X3) & Keputusan Pembelian (Y) .....	85
<b>Lampiran 18.</b> Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan (X1) & Keputusan Pembelian (Y) .....	86
<b>Lampiran 19.</b> Koefisien Determinasi Pengalaman Berbelanja (X2) & Keputusan Pembelian (Y) .....	86

<b>Lampiran 20.</b> Koefisien Determinasi Kepercayaan Konsumen (X3) & Keputusan Pembelian (Y) .....	86
<b>Lampiran 21.</b> Hasil Pengujian Hipotesis (uji-t).....	86
<b>Lampiran 22.</b> Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F).....	87
<b>Lampiran 23.</b> Surat Permohonan Riset.....	88
<b>Lampiran 24.</b> Surat Keterangan Riset .....	89
<b>Lampiran 25.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	90