

**PERANCANGAN *DIGITAL CONTENT MARKETING* PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMPERLUAS
PASAR USAHA SOUVENIR CEK ALA**



SKRIPSI

**Dibuat untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : Diva Saffara Azzahra
NPM : 061940612071**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2023**

**PERANCANGAN *DIGITAL CONTENT MARKETING* PADA MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMPERLUAS PASAR USAHA
SOUVENIR CEK ALA**



SKRIPSI

**Dibuat untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Nama : Diva Saffara Azzahra
NPM : 061940612071**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE
NIP 197705212006042001**

**Palembang, 13 Agustus 2023
Pembimbing II,**

**Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M
NIP 198103222003122001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 197602222002121001**

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,**

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**


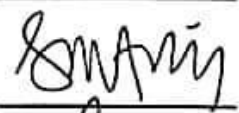

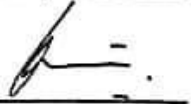
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Diva Saffara Azzahra
NPM : 061940612071
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Perancangan *Digital Content Marketing* pada
Media Sosial Instagram untuk Memperluas Pasar
Usaha Souvenir Cek Ala

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Rabu
Tanggal: 23 Agustus 2022

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Yusleli Herawati, M.M</u> Ketua		<u>23/08/2023</u>
2.	<u>Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE</u> Anggota		<u>23/08/2023</u>
3.	<u>Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M</u> Anggota		<u>23/08/2023</u>
4.	<u>Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si</u> Anggota		<u>23/08/2023</u>

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diva Saffara Azzahra
NPM : 061940612071
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Perancangan *Digital Content Marketing* pada Media Sosial Instagram untuk Memperluas Pasar Usaha Souvenir Cek Ala

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil dari karya saya sendiri dengan seluruh ide, materi-materi, dan pendapat yang saya buat ditambah dari sumber yang telah saya kutip dengan penulisan referensi yang sesuai.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bertanggung jawab sekaligus menerima konsekuensi berdasarkan sanksi dan aturan yang berlaku pada tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Palembang, 23 Agustus 2023

Penulis,



Divia Saffara Azzahra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Aku sesuai prasangka hamba-Ku kepada-Ku, dan Aku akan bersamanya
selama ia mengingat-Ku”**

(H.R Muslim)

**“Tidak harus menunggu punya banyak hal untuk berbagi, karena meski
terkesan sederhana, yakin bahwa pasti ada yang bisa dilakukan untuk terus
menyebarkan kebermanfaatn bagi sesama”**

(Diva Saffara Azzahra)

Ku persembahkan kepada

- **Kedua orang tua tercinta**
- **Dosen pembimbing**
- **Keluarga besar yang selalu mendukung**
- **Sahabat seperjuangan**

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dimaksudkan guna memenuhi syarat lulus Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Skripsi ini berisi tentang Perancangan *Digital Content Marketing* pada Media Sosial Instagram untuk Memperluas Pasar Usaha Souvenir Cek Ala. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik usaha, serta kuesioner yang dibagikan secara *random sampling* kepada 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah calon pelanggan Souvenir Cek Ala.

Pengerjaan skripsi telah melibatkan banyak pihak yang membantu oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar dapat menjadi pembelajaran bagi penulis di masa yang akan datang.

Palembang, 23 Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena dengan Rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai harapan dan tepat waktu. Adapun judul dari skripsi ini adalah **“Perancangan *Digital Content Marketing* pada Media Sosial Instagram untuk Memperluas Pasar Usaha Souvenir Cek Ala”**.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan serta pengarahan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E, M.AB., CPMA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak Kgs. M. Dani selaku pemilik usaha Souvenir Cek Ala yang memberikan perizinan dan kepercayaan kepada penulis untuk menjadikan usaha bersangkutan sebagai objek penelitian skripsi
7. Segenap dosen dan seluruh civitas akademika Politeknik Negeri Sriwijaya yang membantu memberikan dukungan dan ilmu dalam penyelesaian skripsi
8. Bapak Hery Saputra Musi Jaya dan Almarhumah Ibu Dara Puspita yang telah berjuang mengantarkan putrinya hingga berada di tempat ini dengan sabar dan selalu melangitkan doa-doa baik

9. Keluarga besar penulis khususnya Tante dan Bude yang telah memberikan dukungan baik secara moril, materiil, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Wanda Nabillah dan Nyimas Lailatus Su'ada yang senantiasa memberikan semangat dan pengingat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh nilai
11. Teman-teman seperjuangan Paguyuban Karya Salemba Empat Politeknik Negeri Sriwijaya yang tak pernah henti menjadi pengingat dan motivasi akan pentingnya menjadi bermanfaat bagi sesama
12. Teman-teman seperjuangan di Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya 8BPA, 8BPB, dan 8BPM
13. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Palembang, 23 Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *digital content marketing* guna memperluas pasar usaha Souvenir Cek Ala. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif menggunakan metode *design thinking* dan kuantitatif menggunakan metode distribusi frekuensi dan analisis regresi sederhana dengan bantuan *software* SPSS versi 26. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* sebanyak 100 responden yang merupakan calon pelanggan Souvenir Cek Ala. Hasil penelitian ini adalah diperoleh solusi permasalahan dari kebergantungan penjualan pada pemasaran *offline* dan tidak aktifnya *digital marketing* Souvenir Cek Ala berupa rancangan *digital content marketing* pada Instagram Souvenir Cek Ala. Pemanfaatan solusi tersebut berdampak menghasilkan *insight* tertinggi berupa konten *reels* dan menunjukkan *content marketing* yang dilakukan mendapat koefisien korelasi sebesar 0,832 dan mempengaruhi 69,3% terhadap *brand awareness* untuk memperluas pasar usaha Souvenir Cek Ala.

Kata Kunci: *Design Thinking*, Pemasaran Digital, Konten Pemasaran Digital

ABSTRACT

This research aims to design digital content marketing to expand the business market of Souvenir Cek Ala. The type of research used in this study is descriptive qualitative using design thinking methods and quantitative using frequency distribution methods and simple regression analysis with the help of SPSS software version 26. Sampling in this study used a simple random sampling method of 100 respondents who were prospective customers of Souvenir Cek Ala. The results of this study were obtained solutions to the problem of sales dependence on offline marketing and the inactivity of digital marketing Souvenir Cek Ala in the form of digital content marketing design on Instagram Souvenir Cek Ala. The use of this solution has an impact on producing the highest insight in the form of reels content and shows that the content marketing carried out gets a correlation coefficient of 0.832 and affects 69.3% of brand awareness to expand the Souvenir Cek Ala business market.

Keywords: Design Thinking, Digital Marketing, Digital Content Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 <i>Marketing</i>	7
2.1.2 <i>Tourism Marketing</i>	7
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	7
2.1.4 Instagram.....	9
2.1.5 Jenis-jenis Konten	10
2.1.6 Kalender Konten	11
2.1.7 <i>Design Thinking</i>	12
2.1.8 <i>Business Model Canvas</i>	13
2.2 Kerangka Berpikir	15
2.3 Penelitian Terdahulu	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Pendekatan Penelitian	18
3.2 Lokasi Penelitian	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	18
3.3.1 Data Primer	18
3.3.2 Data Sekunder	18
3.4 Populasi dan Sampel	19

3.4.1	Populasi	19
3.4.2	Sampel.....	19
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5.1	Studi Literatur	20
3.5.2	Observasi.....	20
3.5.3	Wawancara.....	21
3.5.4	Kuesioner	21
3.5.5	Dokumentasi	21
3.6	Skala Pengukuran.....	22
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.8	Teknik Analisis Data.....	24
3.8.1	<i>Design Thinking</i>	24
3.8.2	Uji Instrumen	29
3.8.3	Analisis Deskriptif	30
3.8.4	Analisis Data.....	32
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1	Identitas Usaha.....	35
4.1.2	Filosofi Logo Usaha.....	35
4.1.3	Latar Belakang Usaha	36
4.1.4	Visi dan Misi.....	36
4.1.4.1	Visi	36
4.1.4.2	Misi.....	36
4.2	<i>Emphatize</i>	37
4.2.1	Penggalian Permasalahan dan Kebutuhan	37
4.2.1.1	Daftar Hasil Wawancara <i>Stakeholder</i>	37
4.2.1.2	Kesimpulan Hasil Wawancara <i>Stakeholder</i>	39
4.2.2	<i>Business Model Canvas</i>	40
4.2.3	<i>Emphaty Maps</i>	42
4.3	<i>Define</i>	43
4.3.1	<i>User Persona</i>	43
4.4	<i>Ideate</i>	45
4.4.1	<i>Mind Mapping</i>	45
4.4.2	<i>Customer Journey Map</i>	49
4.4.3	Kalender Konten	50
4.5	<i>Prototype</i>	51
4.5.1	Tipografi.....	51
4.5.2	<i>Color Palette</i>	52
4.5.3	<i>Wireframe</i>	52
4.5.3.1	Konten <i>Review</i>	52
4.5.3.2	Konten Edukasi	54
4.5.3.3	Konten Informatif.....	55
4.5.3.4	Konten Interaksi	57
4.5.3.5	Konten Lainnya.....	59

4.5.4	<i>Mock Up</i>	60
4.5.4.1	Konten <i>Review</i>	60
4.5.4.2	Konten Edukasi	61
4.5.4.3	Konten Informatif.....	62
4.5.4.4	Konten Interaksi	65
4.5.4.5	Konten Lainnya	66
4.6	<i>Test</i>	67
4.6.1	Uji Instrumen	68
4.6.1.1	Uji Validitas	68
4.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	69
4.6.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	69
4.6.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.6.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.6.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.6.3	Analisis Deskriptif	71
4.6.3.1	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Content Marketing</i> (X).....	71
4.6.3.2	Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	80
4.6.4	Analisis Data	86
4.6.4.1	Uji Regresi	86
4.6.4.2	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	87
4.6.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.7	Pembahasan	88
4.7.1	<i>Emphatize</i>	88
4.7.2	<i>Define</i>	89
4.7.3	<i>Ideate</i>	90
4.7.4	<i>Prototype</i>	91
4.7.5	<i>Test</i>	93
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran.....	101
	DAFTAR PUSTAKA	102
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tanggal Unggahan Souvenir Cek Ala.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1	Skala Likert	22
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3	Kriteria Tingkat Capaian Responden	31
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1	Daftar Hasil Wawancara <i>Stakeholder</i>	37
Tabel 4.2	<i>Emphaty Maps</i>	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Localization</i>	71
Tabel 4.9	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Localization</i>	72
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Personalization</i>	72
Tabel 4.11	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Personalization</i>	73
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Emotion</i>	74
Tabel 4.13	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Emotion</i>	74
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Diversification of Approach</i>	75
Tabel 4.15	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Diversification of Approach</i>	76
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Co-Creation and Trust</i>	76
Tabel 4.17	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Co-Creation and Trust</i>	77
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Ethical and Honesty</i>	78
Tabel 4.19	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Ethical and Honesty</i>	78
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Discussion</i>	79
Tabel 4.21	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Discussion</i>	80
Tabel 4.22	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Brand Recognition</i>	81
Tabel 4.23	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Brand Recognition</i>	81
Tabel 4.24	Distribusi Frekuensi <i>Dimensi Brand Recall</i>	82
Tabel 4.25	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Brand Recall</i>	83
Tabel 4.26	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Purchase Decision</i>	83
Tabel 4.27	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Purchase Decision</i>	84

Tabel 4.28	Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Consumption</i>	85
Tabel 4.29	Interpretasi Skor Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Consumption</i>	85
Tabel 4.30	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	86
Tabel 4.31	Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Akun Instagram Souvenir Cek Ala (1)	3
Gambar 1.2	Grafik Penjualan Souvenir Cek Ala	4
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	15
Gambar 3.1	Metode <i>Design Thinking</i>	25
Gambar 4.1	Logo Souvenir Cek Ala	35
Gambar 4.2	<i>Business Model Canvas</i>	40
Gambar 4.3	<i>User Persona</i>	44
Gambar 4.4	<i>Mind Mapping</i>	46
Gambar 4.5	<i>Mind mapping-How Might We</i>	47
Gambar 4.6	<i>Mind mapping-General Solutions</i>	47
Gambar 4.7	<i>Mind Mapping-Specific Solutions</i>	48
Gambar 4.8	<i>Mind Mapping-Futuristic Solutions</i>	49
Gambar 4.9	<i>Customer Journey Map</i>	50
Gambar 4.10	Kalender Konten	51
Gambar 4.11	Font yang Digunakan dalam Perancangan	51
Gambar 4.12	Color Palette yang Digunakan dalam Perancangan	52
Gambar 4.13	Storyboard Konten Review Kotak Tisu	53
Gambar 4.14	Storyboard Konten Review Pouch	53
Gambar 4.15	Wireframe Konten Edukasi	54
Gambar 4.16	Wireframe Konten Informatif Pemberitahuan	55
Gambar 4.17	Wireframe Konten Informatif Produk Tanjak	55
Gambar 4.18	Wireframe Konten Informatif	56
Gambar 4.19	Wireframe Konten Informatif Produk Pouch	57
Gambar 4.20	Wireframe Konten Informatif Produk Kotak Tisu	57
Gambar 4.21	Wireframe Konten Interaksi (1)	58
Gambar 4.22	Wireframe Konten Interaksi (2)	58
Gambar 4.23	Wireframe Konten Testimoni Pelanggan	59
Gambar 4.24	Wireframe Konten Peringatan Hari Besar	59
Gambar 4.25	Cuplikan Video Konten Review Kotak Tisu	60
Gambar 4.26	Cuplikan Video Konten Review Pouch	61
Gambar 4.27	Mock Up Konten Edukasi	62
Gambar 4.28	Mock Up Konten Informatif Pemberitahuan	63
Gambar 4.29	Mock Up Konten Informatif Seputar Produk	63
Gambar 4.30	Mock Up Konten Informatif	64
Gambar 4.31	Mock Up Konten Informatif Pouch	64
Gambar 4.32	Mock Up Konten Informatif Kotak Tisu	65
Gambar 4.33	Wireframe Konten Interaksi (1)	65
Gambar 4.34	Cuplikan Video Konten Interaksi (2)	66
Gambar 4.35	Mock Up Konten Lainnya Testimoni	67
Gambar 4.37	Mock Up Konten Lainnya	67
Gambar 4.38	Perbaikan Desain Konten Informatif	92
Gambar 4.39	Perbaikan Konten Informatif Seputar Produk	92
Gambar 4.40	Insight Akun Souvenir Cek Ala	95

Gambar 4.41 Perbandingan <i>Insight</i> Konten <i>Reels</i>	96
Gambar 4.42 Perbandingan <i>Insight</i> Konten <i>Feeds</i>	97
Gambar 4.43 Akun Instagram Souvenir Cek Ala (2).....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tanda Persetujuan Revisi
Lampiran 2	Surat Rekomendasi Ujian Skripsi
Lampiran 3	Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
Lampiran 4	Surat Izin Pengambilan Data dari Politeknik Negeri Sriwijaya
Lampiran 5	Surat Izin Pengambilan Dari dari Souvenir Cek Ala
Lampiran 6	Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing I
Lampiran 7	Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing II
Lampiran 8	Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 1
Lampiran 9	Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 1I
Lampiran 10	Lembar Kunjungan Tempat Penelitian
Lampiran 11	Kuesioner Penelitian
Lampiran 12	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden
Lampiran 13	Identitas Responden Penelitian
Lampiran 14	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas
Lampiran 15	Hasil Deskripsi Kategorisasi Tanggapan Responden
Lampiran 16	Hasil Uji Regresi, Hipotesis (Uji t), dan Koefisien Determinasi
Lampiran 17	Dokumentasi