

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO**

**ARTIKEL**



**OLEH:  
TANIA MERLIANTI  
NPM 17610107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2021**



**HALAMAN JUDUL**

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan dan Gaya Hidup Terhadap  
Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas  
Muhammadiyah Metro**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Metro

**TANIA MERLIANTI  
NPM 17610107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2021**

## ABSTRAK

Tania Merlianti. 2021. "Pengaruh Harga, Kualitas produk, Iklan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro." Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Nani Septiana,S.E., M.M. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Metro secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Angkatan 2017-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS 25 meliputi uji persyaratan instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variable kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variable iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,dan variabel gaya hidup secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Iklan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Tania Merlianti. 2021. "The Influence price, product quality, advertising and lifestyle on purchasing decisions for Wardah cosmetics in students of the economics and business faculty Muhammadiyah University of Metro." Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Nani Septiana, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

This study aimed to determine the influence of price, product quality, advertising and lifestyle on purchasing decisions for Wardah cosmetics in students of the economics and business faculty Muhammadiyah University of Metro partially or simultaneously. This type of research used in this research was quantitative. The population in this study were active students of the year 2017-2020, Economics and Business Faculty, Muhammadiyah University of Metro which used Wardah cosmetic products. The sampling technique used purposive sampling method with a sample of 91 respondents. Data collection techniques were observation, interviews and questionnaires. Data analysis techniques were SPSS 25 including testing instrument requirements, classical assumption tests and hypothesis testing. The results in this study indicated that the price variable partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, the product quality variable partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, advertising variables partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, and lifestyle variable partially did not have positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, price, product quality, advertisement and lifestyle simultaneously had a significant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** *price, product quality, advertising, lifestyle, purchase decision*

## RINGKASAN

Tania Merlianti. 2021. "Pengaruh Harga, Kualitas produk, Iklan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro." Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Nani Septiana, S.E., M.M. Pembimbing (II) Nani Septiana, S.E., M.M.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Iklan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

Peningkatan perkembangan gaya hidup yang berorientasi modern dan islami di Indonesia terus berkembang, hal ini dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat lebih teliti dan kritis dalam pemilihan produk yang akan digunakan. Wardah menjadi salah satu produk kosmetik pilihan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk kosmetik. Hal ini dikarenakan citra merek Wardah sebagai produk kosmetik yang terjamin kehalalannya. Seperti kita ketahui bahwa Indonesia merupakan negara dengan mayoritas muslim, hal ini menjadi salah satu alasan mengapa Wardah memiliki banyak sekali pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Metro secara parsial maupun simultan.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2017-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 92 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS 25 meliputi uji persyaratan instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Berdasarkan uji parsial dan uji simultan yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh hasil koefisien 0,343 menunjukkan bahwa harga berpengaruh setiap kenaikan 1% nilai harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,343 dengan asumsi nilai variabel independent lainnya tetap. Kemudian hasil output diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,232 >  $t_{tabel}$  1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh hasil koefisien 0,460 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh setiap kenaikan 1% nilai harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,460 dengan asumsi nilai variabel independent lainnya tetap. Kemudian hasil output diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,807 >  $t_{tabel}$  1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3. Iklan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh hasil koefisien 0,300 menunjukkan bahwa iklan berpengaruh setiap kenaikan 1% nilai harga maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,300 dengan asumsi nilai variabel independent lainnya tetap. Kemudian hasil output diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,947 >  $t_{tabel}$  1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

4. Gaya Hidup ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh hasil koefisien -0,025 menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh setiap kenaikan 1% nilai gaya

hidup maka akan menurunkan keputusan pembelian sebesar -0,025 dengan asumsi nilai variabel independent lainnya tetap. Kemudian hasil output diperoleh nilai  $t_{hitung} -0,352 < t_{tabel} 1,991$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,725 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

5. Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Iklan ( $X_3$ ). Dan Gaya Hidup ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,887 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,478. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  ( $57,887 > 2,478$ ), maka hipotesis yang menyatakan “Harga, Kualitas Produk, Iklan dan Gaya Hidup Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Wardah Mahasiswa FEB UM Metro” dinyatakan diterima. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,714 yang berarti bahwa besarnya pengaruh harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 71,4%, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



**HALAMAN PERSETUJUAN**

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO

TANIA MERLIANTI  
17610107

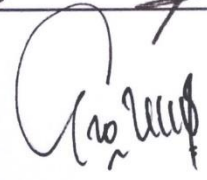
Hari : Senin  
Tanggal : 21 Juni 2021  
Tempat Ujian : Ruang ujian skripsi FEB UM METRO  
Tim Penguji,

Ery Baskoro, S.E., M.M.  
NIDN. 0202125701




**Ketua Penguji**

Nani Septiana, S.E., M.M.  
NIDN. 0220098901



**Sekretaris Penguji**

Yateno, S.E., M.M.  
NIDN. 0225046502



**Penguji Utama**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO**

**SKRIPSI**

**TANIA MERLIANTI  
17610107**

Disetujui Oleh:

**Dosen Pembimbing I**



**Ery Baskoro, S.E., M.M.  
NIDN. 0202125701**

**Dosen Pembimbing II**



**Nani Septiana, S.E., M.M.  
NIDN. 0220098901**

**Ketua Program Studi**



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0223027901**

## **MOTTO**

*“Treat people with kindness”* – Harry Styles

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan juga kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala syukur, ku ucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling ku. Persembahkan ntuk karya yang sederhana ini dan rasa terima kasih saya ucapkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang yaitu papa dan mama yang selalu memberikan dukungan, dan selalu mendoakan demi tercapai keberhasilan anak-anaknya.
2. Kakak dan adik-adik tersayang yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa.
3. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan motivasi, dukungan, doa serta canda dan tawa.
4. Teman-teman manajemen C 2017 yang senantiasa selalu membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro.
6. *Last but not least, i wanna thank me, for believing in me, for doing this all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian skripsi, yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk membuat skripsi Universitas Muhammadiyah Metro dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro”

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak menerima saran, petunjuk, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ery Baskoro, S.E., M.M. selaku pembimbing I dan Nani Septiana, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun proposal ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan arahan dan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama menempuh Pendidikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat memperbaikinya. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan menjadi ilmu bagi kita semua.

Metro, Juni 2021

Penulis

Tania Merlianti

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tania Merianti

NPM : 17610107

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro”** adalah karya saya dan bukan plagiat, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana dan saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Juni 2021

Yang membuat pernyataan



Tania Merianti

NPM. 17610107

## UJI PLAGIAT



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2196/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : TANIA MERLIANTI  
**NPM** : 17610107  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

**Judul :**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 28 Juli 2021

Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.  
NIDN. 0224018703

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
LEMBAR LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ix
HALAMAN PENGESAHAN.....	x
MOTTO .....	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
PERSYARATAN TIDAK PLAGIAT .....	xiv
UJI PLAGIAT .....	xv
DAFTAR ISI .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Sistematika penulisan.....	9
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas .....	10
B. Penelitian Relevan .....	23
C. Tujuan Penelitian.....	25
D. Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Desain Penelitian .....	28
B. Tahapan Penelitian .....	28
C. Definisi Operasional Variabel .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	33
E. Teknik Analisis Data.....	34



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
<b>A. Gambaran Umum.....</b>	<b>41</b>
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	42
3. Company Value PT Paragon <i>Technology and Innovation</i> .....	43
4. Struktur Organisasi .....	43
<b>B. Hasil Penelitian .....</b>	<b>44</b>
1. Deskripsi Data.....	44
2. Distribusi Data Hasil Uji Kuisisioner .....	46
3. Analisis Data .....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR LITERATUR</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Merk kosmetik lokal Indonesia .....	2
2. Daftar harga produk kosmetik Wardah .....	4
3. Penelitian relevan .....	23
4. Data mahasiswa aktif FEB Universitas Muhammadiyah Metro.....	28
5. Kisi-kisi kuisieoner .....	32
6. Skala likert .....	34
7. Responden berdasarkan jurusan .....	45
8. Responden berdasarkan varian kosmetik .....	45
9. Responden berdasarkan lama pemakaian .....	46
10. Responden berdasarkan frekuensi pembelian .....	46
11. Frekuensi skor variabel harga ( $X_1$ ) .....	47
12. Frekuensi skor variabel kualitas produk ( $X_2$ ) .....	48
13. Frekuensi skor variabel iklan ( $X_3$ ) .....	49
14. Frekuensi akor gaya hidup ( $X_4$ ) .....	50
15. Frekuensi skor variabel keputusan pembelian (Y).....	51
16. Hasil uji validitas harga ( $X_1$ ) .....	52
17. Hasil uji validitas kualitas produk ( $X_2$ ).....	53
18. Hasil uji validitas iklan ( $X_3$ ) .....	53
19. Hasil uji validitas gaya hidup ( $X_4$ ) .....	54
20. Hasil uji validitas keputusan pembelian (Y) .....	54
21. Hasil uji reliabilitas .....	55
22. Hasil uji normalitas .....	56
23. Hasil uji linearitas .....	56
24. Hasil uji multiklolinearitas .....	57
25. Hasil uji heterokisiditas.....	57
26. Hasil uji analisis linear berganda .....	58
27. Hasil uji T .....	59
28. Hasil uji F .....	60
29. Hasil uji koefisien determinasi .....	61
30. Hasil pengujian hipotesis statistik $X_1$ terhadap Y .....	61
31. Hasil pengujian hipotesis statistik $X_2$ terhadap Y .....	62
32. Hasil pengujian hipotesis statistik $X_3$ terhadap Y .....	62
33. Hasil pengujian hipotesis statistik $X_4$ terhadap Y .....	62

34.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	30
2. Struktur organisasi PT. Paragon <i>Technology and Innovation</i> .....	46
3. Histogram variabel harga ( $X_1$ ) .....	47
4. Histogram variabel kualitas produk ( $X_2$ ) .....	48
5. Histogram variabel iklan ( $X_3$ ) .....	50
6. Histogram variabel gaya hidup ( $X_4$ ) .....	51
7. Histogram variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner penelitian .....	68
2. Data karakteristik responden.....	78
3. Skor jawaban responden .....	81
4. Hasil uji validitas .....	97
5. Hasil uji reliabilitas .....	102
6. Hasil uji normalitas.....	103
7. Hasil uji linearitas .....	104
8. Hasil uji multikolinearitas.....	106
9. Hasil uji heterokisidtas .....	107
10. Hasil uji T .....	108
11. Hasil uji F .....	108
12. Hasil uji koefisien determinasi.....	109
13. Tabel R .....	110
14. Tabel T .....	113
15. Tabel F .....	116
16. Pengajuan judul .....	119
17. Surat izin penelitian.....	120
18. Surat tugas penelitian .....	121
19. Surat keputusan pengangkatan dosen pembimbing.....	122
20. Lembar bimbingan skripsi .....	123
21. Berita acara seminar proposal .....	127
22. Persetujuan perbaikan seminar proposal .....	128
23. Lembar menerima jurnal dari kaprodi.....	129
24. Surat keputusan ujian skripsi .....	130
25. Berita acara ujian skripsi dan komprehensif .....	131
26. Saran perbaikan ujian skripsi .....	134
27. Nilai ujian komprehensif .....	137
28. Rekap nilai ujian skripsi.....	140