

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIK WORD OF MOUTH*
(EWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROSE
JEWELRY METRO**

SKRIPSI



OLEH :

SILVY DWI APRILIYANI

NPM: 20610140

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

2024



**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIK WORD OF MOUTH* (WOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROSE JEWELRY
METRO**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro**

OLEH:

SILVY DWI APRILIYANI

NPM: 20610140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2024**

ABSTRAK

SILVY DWI APRILIYANI, 2024. “Pengaruh Media Sosial dan *Elektronik Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Rose Jewelry Metro”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Yateno, S.E., M.M. Pembimbing (2) Durotun Nasikah, S.E., M.M.

Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Seiring berkembangnya zaman, dunia bisnis pun juga ikut berkembang khususnya pada bidang perhiasan. Perkembangan bisnis perhiasan yang pesat ini membuat pengusaha berlomba-lomba untuk membangun suatu bisnis perhiasan. Sehingga trend perhiasan terus berputar dan berganti dengan cepat pada pasarnya. Bergerak ditengah persaingan industri perhiasan, tentunya Rose Jewelry memerlukan pemasaran yang efektif agar nama brand dapat terdengar dan diketahui keberadaannya oleh masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk mengumpulkan data di lapangan dengan mengambil sampel dari suatu populasi sebanyak 80 responden pada pelanggan Rose Jewelry. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji linieritas, dan uji homogenitas. Pengujian model analisis menggunakan model analisis menggunakan model regresi berganda, uji T, Uji F, dan koefisien determinasi, dan menggunakan uji hipotesis statistik. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis regresi linier berganda dengan uji T diperoleh promosi di media sosial dan *Elektronik Word Of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian memilih perhiasan di Rose Jewelry. Dan uji F diperoleh promosi di media sosial dan *Elektronik Word Of Mouth* bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan di Rose Jewelry.

Kata Kunci : Promosi di Media Sosial, *Elektronik Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

SILVY DWI APRILIYANI, 2024. *"The Influence of Social Media and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchasing Decisions at the Rose Jewelry Metro Store."* Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University. Supervisor (1) Dr. Yateno, S.E., M.M. Supervisor (2) Durotun Nasikah, S.E., M.M.

Increasingly tight market competition will indirectly affect a company's efforts to maintain market share. As time progresses, the business world also develops, especially in the jewelry sector. The rapid development of the jewelry business has made entrepreneurs compete to build a jewelry business. So jewelry trends continue to rotate and change rapidly in the market. Moving amidst the competition in the jewelry industry, of course Rose Jewelry needs effective marketing so that the brand name can be heard and its existence is known to the public.

This type of research is quantitative data analysis and this research uses descriptive analysis methods to collect data in the field by taking samples from a population of 80 respondents among Rose Jewelry customers. Test the analysis requirements using the normality test, linearity test and homogeneity test. Testing the analytical model uses an analytical model using multiple regression models, T test, F test, and coefficient of determination, as well as using statistical hypothesis testing. Based on the results of research using multiple linear regression analysis with the T test, it was found that promotions on social media and Electronic Word of Mouth had an influence on purchasing decisions to choose jewelry at Rose Jewelry. And the F test obtained promotion on social media and Electronic Word Of Mouth together had an influence on jewelry purchasing decisions at Rose Jewelry.

Keywords: Promotion on Social Media, Electronic Word Of Mouth, Purchasing Decisions.

RINGKASAN

Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyaknya para pesaing yang bergerak dalam industri yang sama, dengan meningkatnya tingkat persaingan maka akan memberikan banyak pilihan produk di pasar untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan dari konsumen.

Seiring berkembangnya zaman, dunia bisnis pun juga ikut berkembang khususnya pada bidang perhiasan. Perkembangan bisnis perhiasan yang pesat ini membuat pengusaha berlomba-lomba untuk membangun suatu bisnis perhiasan. Bergerak ditengah persaingan industri perhiasan, tentunya Rose Jewelry memerlukan pemasaran yang efektif agar nama brand dapat terdengar dan diketahui keberadaannya oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan internet, menjadi mudah untuk mengemas informasi produk secara visual, mengekspresikan penampilan dan keindahannya, serta memungkinkan pengguna dan masyarakat umum untuk secara bebas mengakses informasi yang mereka inginkan. Itulah mengapa Rose Jewelry memanfaatkan media sosial untuk mengenalkan bisnis mereka agar konsumen dapat mengetahui dan berinteraksi dengan mereka.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rose Jewelry. Pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, yang berarti siapa saja yang kebetulan ditemui peneliti dapat dijadikan sampel selama mereka memenuhi kriteria yang dibutuhkan untuk penelitian. Jumlah sampel sebanyak 80 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel promosi di media sosial dan Elektronik *Word of Mouth* secara parsial dan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Rose Jewelry Metro.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA TOKO ROSE JEWELRY METRO

Silvy Dwi Apriliyani
NPM. 20610140

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Durotun Nasikah, S.E., M.M.
NIDN. 0218069501

Menyetujui,

Kaprodi S1 Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH* (WOM)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROSE JEWELRY
METRO

SILVY DWI APRILIYANI
NPM. 20610140

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 20 September 2024
Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Tim Penguji:

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



Ketua/Penguji

Durotun Nasikah, S.E., M.M.
NIDN. 0218069501



Sekretaris

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



Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Nedi Hendri S.E., M.Si. Ak., CA., CPA
NIDN. 0020048101

MOTTO

“Tidak peduli berapa kali orang mencoba untuk mengkritikku, balas dendam terbaik adalah dengan membuktikan bahwa mereka salah. Tutup matamu dan nikmati, inilah hidup”

“Allah tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”.

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat panjang umur. Atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIK WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROSE JEWELRY METRO”** dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan ini saya mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Ngatino Siswanto. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Nunung Tri Astuti. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, untuk ibuku semoga lekas sembuh agar bisa terus menemaniku.
3. Kepada saudara saudari tercinta, Agung Wibowo Yulitama dan Kayla Fitriana. Karena selalu memberikan support dan semangat kepada si penulis kalian juga selalu memberikan bantuan baik material maupun non-material, dan selalu ada disaat suka maupun duka.
4. Teruntuk keluarga besarku yang selalu memberikan bantuan dan do'a untuk penulis.
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Aris Setiawan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulils ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung, ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah memberi semangat untuk tidak pantang menyerah. Semoga allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.

6. Teruntuk sahabat – sahabat tercinta, Mega Cahyani dan Intan Dewi Larasati. Terima kasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Ucapan syukur kepada Allah SWT karena telah memberikan sahabat terbaik seperti kalian.
7. Teruntuk teman teman seperjuanganku Anisa Zahrotul laila dan WAhyu Nur Ruswati terima kasih sudah memberi support selama ini kepada penulis agar skripsi ini bisa selesai.
8. Teruntuk Putri Lestari, sahabat penulis yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari penulis SMA hingga saat ini. Terima Kasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara. Terima kasih karena tidak pernah meninggalkan penulis sendirian, selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini.
9. Teruntuk Melanie terima kasih karna sering mendengarkan keluh kesah penulis selama penulis mengerjakan skripsi ini.
10. Untuk almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro
11. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Silvy Dwi Apriliyani. Terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial media dan *Elektronik Word Of Mouth* (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Rose Jewelry Metro”.

Shalawat serta salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga mendapatkan syafa’at-nya di hari akhir nanti. Penulis menyadari bahwa proses pengerjaan proposal skripsi ini tentu tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan, dan doa bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Nedi Hendri, S.E., M.Si. Ak., CA., CPA. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Nani Septiana, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Dr. Yateno, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Durotun Nasikah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
6. Keluarga besar dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan pelatihan, ilmu pengetahuan, serta pengalaman pada penulis.
7. Seluruh staff FEB Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membantu selama menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Metro.
8. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun 2020.
9. Seluruh pihak yang berkontribusi baik secara moral maupun materil dalam penyelesaian study penulis di Universitas Muhammadiyah Metro.
10. Untuk Universitas Muhammadiyah Metro yang telah menjadi wadah bagi penulis dalam proses belajar untuk menjadi insan yang memiliki nilai dan bermanfaat untuk sekitar.

11. Untuk pihak Rose Jewelry yang telah menjadi tempat penelitian bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Proposal ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna perbaikan dan kesempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro,
Peneliti



Silvy Dwi Apriliyani
NPM. 20610140

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Silvy Dwi Apriliyani
NPM : 20610140
Program Study : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROSE JEWELRY METRO**". Adalah benar hasil dari karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Yang membuat pernyataan,



Silvy Dwi Apriliyani
NPM. 20610140

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 1091/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Silvy Dwi Apriliyani
NPM : 20610140
JENIS DOKUMEN : Tugas Akhir

JUDUL : Pengaruh Media Sosial Dan Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rose Jewelry Metro




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

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 01 Oktober 2024
Kepala Unit,


Dr. Nego Linuhung, M.Pd.
NIDN. 0220108801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: upi.ummetro.ac.id
E-mail: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
RINGKASAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	xiv
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	7
A. Manajemen Pemasaran	7
B. Media Sosial	9
C. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	12
D. Keputusan Pembelian	15
1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2. Metode Pengambilan Keputusan untuk Membeli.....	16
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	17
E. Penelitian Relevan	18
F. Kerangka pemikiran	22
G. Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Objek Penelitian	24
3. Lokasi Penelitian	24
B. Definisi Variable	25
1. Variable Bebas	25
2. Variable Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	26
C. Teknik Sampling	28
1. Populasi	25
2. Sampel	26
D. Metode Pengumpulan Data	29
1. Teknik Pengumpulan Data	29
2. Pengamatan	30
3. Wawancara	30
E. Teknik Analisis Data	31
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	31
2. Pengujian Persyaratan Analisis	32
3. Analisis Regresi Linier Berganda	34
4. Hipotesis Penelitian	36
5. Konfisien Determinasi (R^2)	36
6. Hipotesis Statistik	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Uji Reliabilitas	42
C. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 1. Data Pengunjung Rose jewelry	3
Tabel 2. Penelitian relevan	18
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 4. Nilai Dan Jawaban Kuesioner	30
Tabel 5. Uji Validitas Media Sosial (X1)	39
Tabel 6. Uji Validitas Elektronik Word Of Mouth (X2)	40
Tabel 7. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas(X1).....	42
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas (X2).....	42
Tabel 10. Uji Reliabilitas (Y)	42
Tabel 11. Jenis Kelamin.....	43
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Usia	43
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Data Media Sosial.....	44
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Elektronik Word Of Mouth	45
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	46
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 17. Hasil Uji Linieritas X1 Terhadap Y	48
Tabel 18. Hasil Uji Linieritas X2 Terhadap Y	49
Tabel 19. Uji Homogenitas	49
Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas X2 Terhadap Y	50
Tabel 21. Analisis Berganda	50
Tabel 22. Uji t	51
Tabel 23. Uji f	52
Tabel 24. Koefisien Determinasi (R ²)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian.....	16
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	58
Lampiran 2. Data Hasil Kuisisioner	64
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	73
Lampiran 4. Total Skor Data Tabulasi	76
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Variabel	79
Lampiran 6. Uji Normalitas	80
Lampiran 7. Uji linieritas	81
Lampiran 8. Uji Homogenitas	82
Lampiran 9. Regresi Linier Berganda	83
Lampiran 10. R Tabel	84
Lampiran 11. T Tabel.....	87
Lampiran 12. F Tabel	89
Lampiran 13. Form Persetujuan	90
Lampiran 14. Berita Acara	91
Lampiran 15. Daftar Hadir	92
Lampiran 16. Persetujuan Perbaikan Proposal	93
Lampiran 17. Lembar Konsultasi.....	94
Lampiran 18. Lembar Konsultasi.....	96
Lampiran 19. Lembar Konsultasi.....	98
Lampiran 20. Halaman Pengesahan	100
Lampiran 21. Bukti Seminar Proposal	101
Lampiran 22. Surat Keputusan Pengangkatan Dosen	103
Lampiran 23. Form Persetujuan Sidang	104
Lampiran 24. Berita Acara Ujian Skripsi	105
Lampiran 25. Saran Perbaikan.....	106
Lampiran 26. Nilai Ujian Komprehensif	107
Lampiran 27. Berita Acara Ujian	108
Lampiran 28. Saran Perbaikan.....	109
Lampiran 29. Nilai Ujian	110
Lampiran 30. Berita Acara	111
Lampiran 31. Saran Perbaikan.....	112
Lampiran 32. Nilai Ujian	113
Lampiran 33. Rekap Hasil Ujian	114
Lampiran 34. Surat LOA.....	115