

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *OWNERTWENTYFOUR***

PROPOSAL SKRIPSI



Oleh:

Fikry Ferdiansyah Kaliky

202010160311550

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *OWNERTWENTYFOUR***

Oleh:

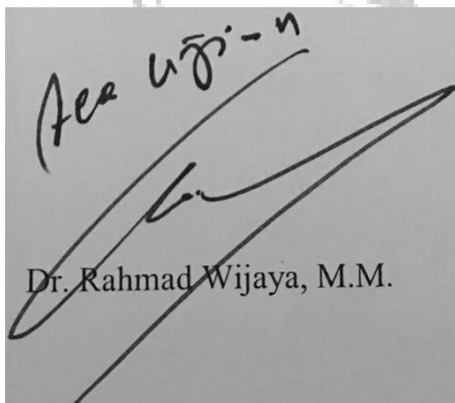
Fikry Ferdiansyah Kaliky

202010160311550

Malang, 31 Desember 2024

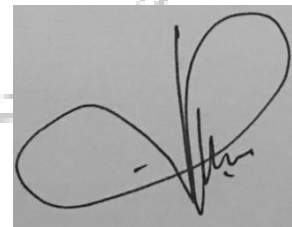
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Pembimbing II



Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M.

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK OWNERTWENTYFOUR**

Oleh :

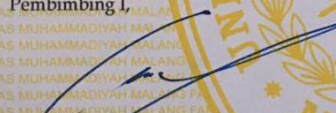
Fikry Ferdiansyah Kaliky

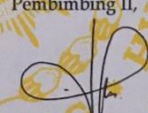
202010160311550


Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Januari 2025


Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.


Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Dr. Nurul Asfiah, M.M.
Ketua Program Studi,

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK OWNERTWENTYFOUR

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Fikry Ferdiansyah Kaliky**
NIM : **202010160311550**
Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

Pembimbing II : **Chalimatuz Sa'diyah, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Fien Zulfikariyah, M.M.**

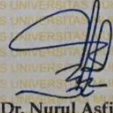
Penguji II : **Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Fikry Ferdiansyah Kaliky

NIM : 202010160311550

Program Studi : Manajemen

Surel : Ferdikaliky25@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 31 Desember 2024

Yang Menandatangani Pernyataan,


(Fikry Ferdiansyah Kaliky)

**THE INFLUENCE OF *PRODUCT QUALITY AND PROMOTION* ON
*PURCHASING DECISIONS ON OWNERTWENTYFOUR PRODUCTS***

Fikry Ferdiansyah Kaliky¹, Rahmad wijaya², Chalimatuz Sa'diyah³

Management Study Program Faculty

Of Economic and Business University Muhammadiyah Malang

Corresponding E-mail: Ferdikaliky25@gmail.com

Abstract

This research was conducted to determine and analyze the influence of product quality and promotion on purchasing decisions. This research uses descriptive research with a quantitative approach. The data collection technique in this research uses a questionnaire. The population in this study were consumers who had made online purchases at Ownertwentyfour stores during the last 5 months with a total of 100 respondents. The data analysis method used is a range of scales with the help of SPSS software. The research results found that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords— Quality Product, Promotion, Purchase Decision

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *OWNERTWENTYFOUR***

Fikry Ferdiansyah Kaliky¹, Rahmad wijaya², Chalimatuz Sa'diyah³

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: Ferdikaliky25@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian online di toko Ownertwentyfour selama 5 bulan terakhir dengan jumlah responden sebanyak 100 konsumen. Teknik sampling yang digunakan Acidental Sampling. Metode analisis data yang digunakan yaitu rentang skala dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada produk *Ownertwentyfour*”** ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya.

Sebagai ungkapan rasa syukur, dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Rahmad Wijaya, M.M., selaku pembimbing I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Chalimatuz Sa'diyah S.E., M.M. selaku pembimbing ke II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan

pengarahan dengan penuh keikhlasan, ketulusan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang memberikan ilmu, materi perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.
7. Kepada kedua orang tua tercinta penulis Bapak Rusdi Kaliky dan Ibu Fadhilah Alzagladie yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, nasihat, dan motivasi dalam menimba ilmu sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada saudara saya Fariz Mustafa Kaliky, Rafli Umar Kaliky, dan Viqram Januar Gawi Kaliky yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan berupa motivasi serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, pengalaman dan kerjasamanya selama perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir ini.
10. Kepada teman-teman yang selalu ada, Aden, Valda, Syauqi, Ocang, Dorut, Yousep, Leno, Pak L, Uyes, dan Aan terimakasih telah menemani saya baik dalam keadaan suka atau duka.
11. Kepada mas Ade Setiawan the Parfum, gak Guava gak rame, dan Deankt kapitalis yang menemani saya pada malam hari. Terimakasih telah membuat penulis tertawa dan membuat mood mejadi lebih baik.
12. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang mau berjuang dan bertahan sejauh ini untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Hanya ungkapan terimakasih dan doa yang tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.



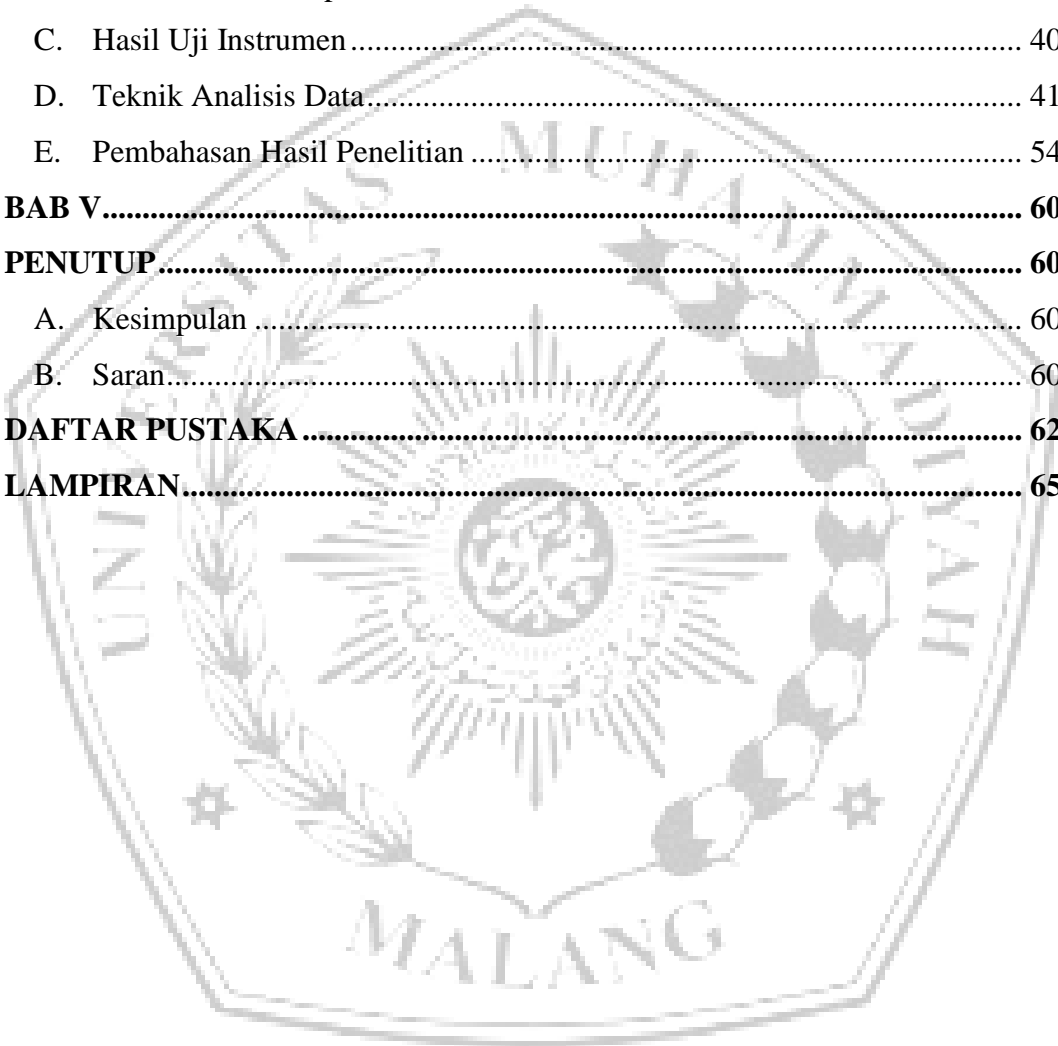
Malang, 31 Desember 2024

Fikry Ferdiansyah Kaliky

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Konsep Penelitian.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	26
D. Definisi Operasional Variabel.....	28
E. Data dan Sumber Data	29

F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Uji Instrumen	30
H. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	36
B. Karakteristik Responden	36
C. Hasil Uji Instrumen	40
D. Teknik Analisis Data.....	41
E. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Toko <i>Ownertwentyfour</i> Tahun 2023	3
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 2 Rentang Skala	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	38
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Rentang Skala Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4. 9 Hasil Rentang Skala Variabel Promosi.....	45
Tabel 4. 10 Hasil Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolonieritas	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	8
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen	69
Lampiran 3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	73

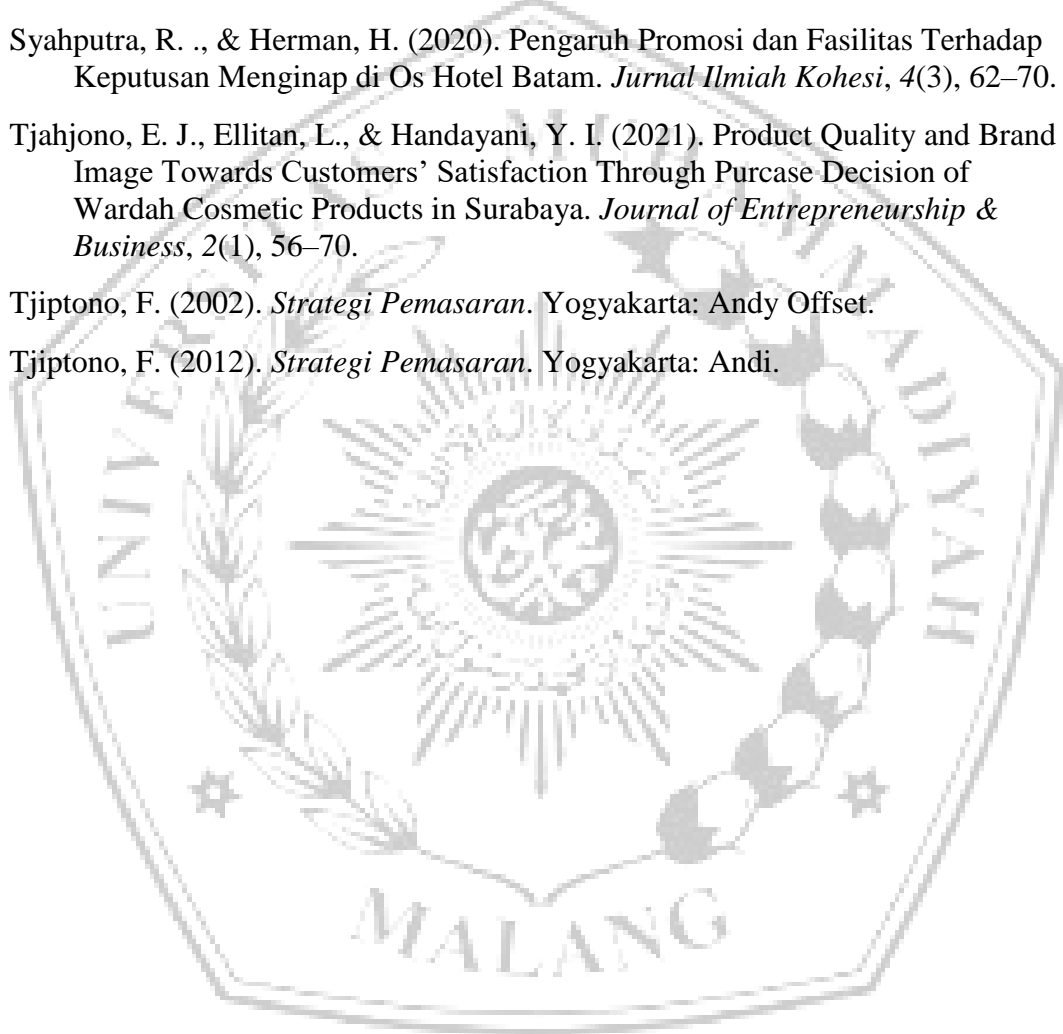


DAFTAR PUSTAKA

- Andrian., Putra, C. I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3).
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(10), 1278–1285.
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arifin, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Pada CV. Prima Sari Bakery Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian : Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asnawi, A. (2022). Sikap dan Persepsi Mahasiswa di Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 250–258.
- Asri, M. (2003). *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Fadila, S. pramudita, & Apriani, W. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 239–259.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. Cv Budi Utama (Vol. 5). Yogyakarta.
- Fitri, I. A., Wijaya, R., & Nurjannah, D. (2022). The Effect of Celebrity Endorser, Brand Image, and Product Quality on The Purchase Decision of Sariayu Martha Tilaar Cosmetics. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 2(04).
- Garvin, D. A. (1987). *Competing on the eight dimensions of quality*. *Harvard Business Review* (Vol. 24).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Prianka.Gallery Tasikmalaya). *Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 254–267.

- Komariah, A., & Satori, D. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *jurnal manajemen dan keuangan*, 7(1), 90–99.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & L wanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Jogjakarta: Gajamada university press.
- Maiza, F., Sutarjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten LimaPuluh Kota. *Jurnal Matua*, 4(2), 375–386.
- Megawati, M., & Sidanti, H. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Dan Harga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Kecamatan Balerejo Kabupaten Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 3(2), 21–28.
- Mothersbaugh, D., Hawkins, D., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies*. McGraw-Hill. Diambil dari www.mhhe.com
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuraini, A., & Fitriana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(4), 1174–1188.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Operasi, Analisis Dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sambodho, W., Pradiani, T., & Alamsyah, A. R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Website , Brand Awareness , dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada. *jurnal ilmiah riset aplikasi manajemen*, 1(1).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. . (2010). *Consumer Behaviour* (10 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiharto, & Sitinjak. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardjono, E. (2016). Analisis Strategi Bersaing Penjualan Produk Pakaian Pedagang-Pedagang Di Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagang di Pasar Lain. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 3(2), 73–90.
- Syahputra, R. ., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). Product Quality and Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purcase Decision of Wardah Cosmetic Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(1), 56–70.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 9/1/2025

Kode : 2561403835
Nama : Fikry Ferdiansyah Kaliky
NIM : 202010160311550
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ownertwentyfour
Persentase Plagiasi : 4%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M



naspub jamanika baru (2).docx

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

15%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	5%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	rayyanjurnal.com Internet Source	1%
5	Submitted to Asosiasi Dosen, Pendidik dan Peneliti Indonesia Student Paper	1%
6	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
7	e-journal.unmas.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Semarang Student Paper	1%
9	ijsr.internationaljournallabs.com	

Internet Source

1 %

10

repository.stimykpn.ac.id

Internet Source

1 %

11

123dok.com

Internet Source

1 %

12

Submitted to University of Wollongong

Student Paper

1 %

13

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

1 %

14

www.journal.yrpiiku.com

Internet Source

1 %

15

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

<1 %

16

Submitted to UPN Veteran Yogyakarta

Student Paper

<1 %

17

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

18

Submitted to Universitas Sains Alquran

Student Paper

<1 %

19

digilib.uinkhas.ac.id

Internet Source

<1 %

20

Submitted to Politeknik Negeri Bandung

Student Paper

<1 %

21	jtebr.unisan.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
23	docobook.com Internet Source	<1 %
24	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
25	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.unwira.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 11 words

Exclude bibliography On