

**PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Kasus pada AM Vape Store Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Andra Ramadhan

201910160311238

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Andra Ramadhan

NIM : 201910160311238

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Ratya Shafira Arifiani, S.AB., M.M.

Penguji III : Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Penguji IV : Drs. Noor Azis, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Oleh :

Andra Ramadhan

201910160311238

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Noor Azis, M.M.

Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Andra Ramadhan
NIM : 201910160311238
Program Studi : Manajemen
E-mail : 12andra.ramadhan@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan 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 sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkn nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, ... Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



Andra Ramadhan

PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus pada AM Vape Store Malang)

Andra Ramadhan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: 12andra.ramadhan@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui pengaruh promosi melalui sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (4) mengetahui apakah promosi melalui sosial media, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat bantu *SPSS 25*. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan *purposive sampling*. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil (1) promosi sosial media berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen 4) promosi melalui sosial media, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci – *promosi melalui sosial media, lokasi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian*

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

(Studi Kasus pada AM Vape Store Malang)

Andra Ramadhan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: 12andra.ramadhan@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to: (1) determine the influence of sosial media promotion on consumer purchasing decisions. (2) knowing the influence of location on consumer purchasing decisions. (3) find out the influence of service quality on consumer purchasing decisions (4) find out whether sosial media promotion, location and service quality simultaneously influence consumer purchasing decisions. This research uses quantitative methods with a descriptive approach. The analytical method used is multiple linear regression analysis with SPSS 25 tools. This research used 100 respondents with purposive sampling. From this research, the results obtained are (1) sosial media promotion has a significant positive effect on consumer purchasing decisions. (2) location has a significant positive effect on consumer purchasing decisions (3) service quality has a significant positive effect on consumer purchasing decisions 4) sosial media promotion, location and service quality simultaneously influence consumer purchasing decisions.

Keywords – sosial media promotion, location, service quality, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh promosi melalui sosial media, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dra. Noor Aziz, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Immanuel Mu'ammal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
7. Terima kasih kepada ibu saya tercinta yang telah membesarkan saya seorang diri, sekaligus untuk kakek dan almarhumah nenek saya, serta

keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.

8. Terima kasih untuk teman teman saya yang selalu membantu saya saat mengalami kesulitan dan terima kasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa dan *support* yang tak pernah henti saya dapatkan.

Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Malang, Oktober 2023

Andra Ramadhan



Daftar Isi

Cover.....	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Orisinalitas.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II Tinjauan Pustaka	
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pikir	21
D. Hipotesis	22
BAB III Metode Penelitian	
A. Lokasi Penelitian	25
B. Jenis Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel.....	26
D. Definisi Operasional Variabel	27
E. Jenis dan Sumber Data.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Pengukuran Variabel.....	30

H. Uji Instrumen.....	31
I. Hasil Uji Instrumen (30 Responden)	31
J. Uji Asumsi Klasik.....	33
K. Teknik Analisis Data	34
L. Uji Hipotesis	35
BAB IV Hasil dan Pembahasan	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Gambaran Karakteristik Responden	37
C. Hasil Uji Instrument	39
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	41
E. Hasil Analisis Data	43
G. Pembahasan	47
BAB V Penutup	
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
Daftar Pustaka.....	53
Lampiran.....	57

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	23
---------------------------------	----

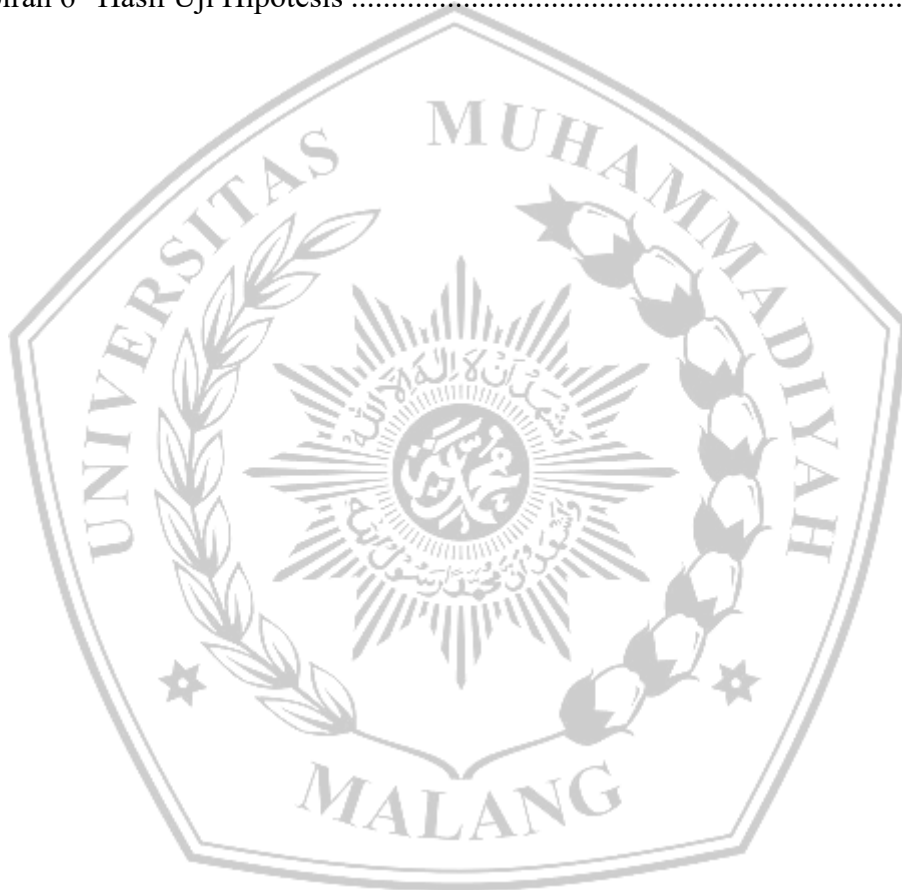


Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Lokasi.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Skala Likert.....	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas (30 Responden).....	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas (30 Responden)	33
Tabel 4.1 Umur Responden	38
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji t.....	45
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji F	46

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	61
Lampiran 3	Hasil Uji Instrumen	75
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 5	Hasil Uji Analisis Data.....	81
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis	82



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi Cysara, F. (2015). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Menjadi Nasabah Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bandar Lampung*.
- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The Impact Of Social Media On Learning Behavior For Sustainable Education: Evidence Of Students From Selected Universities In Pakistan. *Sustainability*, 11(6), 1683.
- Agustin, M. (2014). *Permasalahan Belajar Dan Inovasi Pembelajaran*. Refika Aditma.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit Prenhalindo.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Pt. Rineka Cipta.
- Azhari, P. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya*.
- Azizah, N., Carolina, P. S., & Alfaizi, M. R. (2020). Pengaruh Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Produk Lokal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 87-98.
- C.G, A., & Clark. (1999). *Layanan Dan Dukungan Kepada Pelanggan: Penerapan Strategi Yang Efektif*. Pt Elex Media Komputindo.
- D.A, G. (2004). *Strategi Marketing*. Andi.
- Darwin, S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. *Strategi Pemasaran*, 2, 1.
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi Agustin, W. (2011). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Deodoran Rexona Teens Pada Siswi Smk Negeri 2 Buduran Sidoarjo*. Universitas Negeri Surabaya.

- G, A. (2006). *Buku Teks Fisiologi Kedokteran* (A. Dharma). Egc.
- Ghozali. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2020). Determinants Of Consumer Purchase Decision In Smes. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 9(03), 3981-3989.
- H. Abu Rumman, A. A., & Alhadid, A. Y. (2014). *The Impact Of Sosial Media Marketing On Brand Equity: An Empirical Study On Mobile Service Provider In Jordan*” *Science Private University, Amman, Jordan* (Vol. 3). Integr. Bus. Econ. Res.
- H Zhafira, N., Andreti, J., S Akmal, S., & Kumar, S. (2013). *The Analysis Of Product, Price, Place, Promotion And Service Quality On Customersâ€™ Buying Decision Of Convenience Store: A Survey Of Young Adult In Bekasi, West Java, Indonesia* (Vol. 2, Is).
- Haksever, El Al. (2000). *Service Management Oprations*. Pearson Prentice Hal.
- Heizer, Jay, & Berry, R. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan* (11th Ed.). Salemba Empat.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- I, A., E, R., & Sukriadi. (2009). *Perancangan Sistem Marketplace Rent Car Pada Kabupaten Soppeng Berbasis Web*.
- James. A, F., J. Fitzsimmons, M., & K. Bordoloi, S. (2014). *Service Management* (8 Th Editi). Mcgraw Hill.
- Jananuraga, P. G., & Lestari, N. P. N. E. (2020). Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 133-149.

- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Komarudin. (1994). *Ensiklopedia Manajemen* (2nd Ed.). Bina Aksara.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, S. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (4th Ed.). Erlangga.
- Lestari, B., & Setia Noor, A. (2012). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Hasil Penjualan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (Emkl) Di Kota Banjarmasin* (Vol. 4). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary Banjarmasin.
- Lovelock, & Wright. (2002). *Principles Of Service Marketing And Management* (2nd Editio). Prentice Hall.
- M.O, A., S, D., & Lewis. (2006). *Are We There Yet? A Review Of Creativity Methodologies*. Lawrence Section Conference.
- Marlius. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang*. Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang.
- Mustafid, & Gunawan, A. (2008). "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang 'Kenal' Pada Pd Asa Wira Perkasa Di Bandar Lampung" (Volume 2). Jurnal Bisnis Dan Manajemen.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (2007). *Cunsomer Behavior, And Marketing Strategy*. The Free Press A Division Of Macmillan Inc.
- Popi, K., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan Dalam Keputusan Pembelian Mobil*. 12, 1-8.

- Rachmawati, D., Ferdous Azam, S. M., Khatibi, A., & Shukri, S. (2019). Factors Influencing Customers' Purchase Decision Of Residential Property In Selangor, Malaysia. *Https://Www.Researchgate.Net/Journal/Management-Science-Letters-1923-9335*, 9, 9.
- Rusyidi, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Sanjaya, S. (2015). *Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan*. 16, 2.
- Sarah, T. (2013). *The Adoption Of Sosial Media Marketing In South African Banks*. Emerald Group Publishing Limited.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th Ed.). Prentice Hall.
- Stevenson, J, W., & Chuong, C. (2014). *Manajemen Operasi Perspektif Asia* (9th Ed.). Salemba Empat.
- Subroto, E. (2011). *Pengantar Studi Semantik Dan Pragmatik* (Buku 1, Pe). Cakwala Media.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.Cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Pt Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cv Alfabeta.
- Supirman. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Sentosa Samarinda*.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Cetakan Ke). Penerbit Bfee Ugm.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Rajawali.
- V, Z., M.J, A. B., & D.D, G. (2007). *Service Marketing*. Mcgraw-Hill/Irwin.
- Veronika, J., & Hikmah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Biss Triangle , 1(2), 210-223.*
- Wahyu Wing, W. (2015). *Analisis Ekonometrika Dan Statistika Dengan Eviews* (Edisi Empat (Ed.)). Upp Stim Ykpn.
- Widyasari, S., & Triastuti Fifilia, E. (2009). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang)*.
- Wijayani, E. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Memilih Bimbingan Belajar: Studi Kasus Di Lembaga Bimbingan Belajar Sony Sugema Collage Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang*. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gadjah Mada Yogyakarta)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(1), 305-314.
- Yuga Pamuja, N. (2011). *Analisis Atribut Produk, Bauran Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise*. Univesitas Diponegoro.
- Yulianti, T. (2013). *Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Jebres Surakarta Tahun 2013)*.

PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Islam Lamongan

Student Paper

3%

2

eprints.umm.ac.id

Internet Source

3%

3

docplayer.info

Internet Source

2%

4

eprint.stieww.ac.id

Internet Source

2%

5

Submitted to Universitas Wijaya Kusuma
Surabaya

Student Paper

2%

6

123dok.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On