

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*
DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE*
ITEM VIRTUAL PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT*
(Studi Kasus Pada *Player Genshin Impact* Server Asia)**

***THE IMPACT OF FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE
AND SOCIAL VALUE TOWARD INTENT TO PURCHASE ITEM
VIRTUAL UPON GAME ONLINE GENSHIN IMPACT
(Case Study On Genshin Impact Players On The Server Asia)***

Oleh :

Nur Afifatul Jannah

2019410130

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*
DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE*
ITEM VIRTUAL PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT*
(Studi Kasus Pada *Player Genshin Impact* Server Asia)**

***THE IMPACT OF FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE
AND SOCIAL VALUE TOWARD INTENT TO PURCHASE ITEM
VIRTUAL UPON GAME ONLINE GENSHIN IMPACT
(Case Study On Genshin Impact Players On The Server Asia)***

Oleh :

Nur Afifatul Jannah

2019410130

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*
DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE*
ITEM VIRTUAL PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT*
(Studi Kasus Pada *Player Genshin Impact Server Asia*)**

***THE IMPACT OF FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE
AND SOCIAL VALUE TOWARD INTENT TO PURCHASE ITEM
VIRTUAL UPON GAME ONLINE GENSHIN IMPACT
(Case Study On Genshin Impact Players On The Server Asia)***

Oleh :

Nur Afifatul Jannah

2019410130

SKRIPSI

Untuk Memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Jakarta, Februari 2023 dengan nilai A-

Dr. Firsan Nova

Dosen Pembimbing

Drs. Fauzi Baisyir, M.M.

Dosen Penguji I

Ellena Nurfazria H. S.E., M.M.

Dosen Penguji II

Mu'man Nuryana, Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Firsan Nova

Dosen Penguji III

Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Afifatul Jannah

Nim : 2019410130

Jurusan : Manajemen

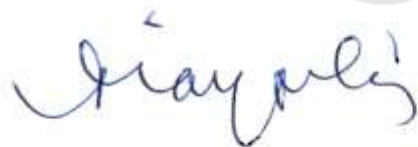
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*
DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE*
ITEM VIRTUAL PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT*
(Studi Kasus Pada *Player Genshin Impact Server Asia*).

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Jakarta, Januari 2023
Menyetujui,
Pembimbing



(Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.)



(Dr. Firsan Nova)

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Afifatul Jannah

Nim : 2019410130

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE DAN SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL* PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT* (Studi Kasus Pada Player *Genshin Impact* Server Asia). Dibimbing oleh Dr. Firsan Nova adalah merupakan hasil karya tulis ilmiah yang saya susun sendiri dan bukan merupakan hasil *copy-paste* dari orang lain. Apabila dikemudian hari terdapat hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk bertanggung jawab.

Jakarta, 21 Februari 2023



(Nur Afifatul Jannah)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *functional value*, *emotional value* dan *social value* terhadap *intent to purchase item virtual* pada *game online genshin impact* (studi kasus pada player *genshin impact* server asia). Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif asosiatif menggunakan jenis *non propability sampling* dengan metode *judgment sampling*. Sampel diambil menggunakan rumus slovin dengan total sampel 100 responden. Pengujian kualitas data menggunakan uji *validitas* dan *reliabilitas*. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Dengan hasil penelitian : *functional value* berpengaruh terhadap *intent to purchase item virtual* ($0.008 < 0.05$), *emotional value* berpengaruh terhadap *intent to purchase item virtual* ($0.000 < 0.05$) dan *social value* berpengaruh tidak signifikan terhadap *intent to purchase item virtual* ($0.035 < 0.05$). oleh karena itu, ketiga teori nilai memiliki pengaruh terhadap *intent to purchase item virtual*.

Kata Kunci : *Functional Value, Emotional Value, Social Value, Intent to Purchase, Item virtual.*

ABSTRACT

This research's objective is to determine the impact of Functional Value, Emotional Value and Social Value toward Intent To Purchase Item virtual upon Game Online Genshin Impact (Case Study On Genshin Impact Players On The Server Asia). This research was conducted quantitatively associative utilizing the Non Probability Sampling type and the Judgment Sampling technique. The Slovin formula was used to collect samples from a total of 100 respondents. Using validity and reliability tests to evaluate the data's quality. Multiple linear regression is the analytic technique employed. By research outcomes : Functional Value influences toward Intent To Purchase Item virtual ($0.008 < 0.05$), Emotional Value influences toward Intent To Purchase Item virtual ($0.000 < 0.05$) and Social value has no discernible impact on the intention to purchase virtual items ($0.035 < 0.05$). Consequently, the three conceptions of worth impact the purpose to acquire virtual items.

Keywords : Functional Value, Emotional Value, Social Value, Intent to Purchase, Item virtual.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan kuasa rahmat serta karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE, EMOTIONAL VALUE* DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *INTENT TO PURCHASE ITEM VIRTUAL* PADA *GAME ONLINE GENSHIN IMPACT*”**. Penelitian ini peneliti susun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang strata satu (S1). Penelitian ini melibatkan banyak pihak yang telah memberikan dukungan, do'a serta bimbingannya maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Firsan Nova selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis selama mengerjakan skripsi dari awal sampai akhir.
2. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis tanpa henti.
5. Zahro Alfiah, sahabat terbaik yang sangat berkontribusi besar selama penulis melakukan studi dari semester awal sampai semester akhir, yang selalu mendukung serta setia menemani sampai jam 2 pagi untuk mendengarkan keluh kesah penulis.

6. Milly kucing peliharaan dirumah yang saat ini penulis sayangi, serta selalu memberikan semangat.
7. Neozi *Streamer Tier-T* yang yang membantu menemani dan memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Penyemangat hidup yaitu *husbando* tersayang Xiao-kun, yang senantiasa menemani *eksplorasi* penulis di dunia *teyyat*.
9. Teman-teman penulis, terutama Catulus dengan uid 81 yang mengenalkan *game* ini kepada penulis
10. Dan kaka tingkat yang senantiasa membantu serta *mensupport* penulis dalam menyusun skripsi.

Semoga penelitian ini mampu bermanfaat serta memberikan kontribusi pengetahuan atau pemikiran baru bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna maka dari itu, penulis mengharapkan kritik serta sarannya dari pembaca sehingga dapat menjadi perbaikan untuk laporan selanjutnya. Akhir kata penulis menyampaikan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, Februari 2023
Penulis,



(Nur Afifatul Jannah)
2019410130

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, dan Rumusan Masalah ..	17
1.2.1 Identifikasi Masalah	17
1.2.2 Batasan Masalah	18
1.2.3 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	21

2.1	Landasan Teori.....	21
2.1.1	Pemasaran.....	21
2.1.2	Manajemen	22
2.1.3	Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.4	Perilaku Konsumen	24
2.1.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.1.6	Bauran Pemasaran	30
2.1.7	<i>Online Games</i>	34
2.1.8	Produk <i>Virtual</i>	34
2.1.9	Teori Nilai Konsumsi	35
2.1.10	<i>Functional Value</i> (Nilai Fungsional).....	39
2.1.11	<i>Emotional Value</i> (Nilai Emosional)	41
2.1.12	<i>Social Value</i> (Nilai Sosial)	42
2.1.13	<i>Intent to Purchase Item virtual</i> (Minat Beli <i>Item virtual</i>).....	44
2.2	Penelitian Terdahulu	46
2.3	Kerangka Pemikiran.....	52
2.4	Hipotesis.....	55
2.3.1	Paradigma Penelitian.....	56
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Metode Yang Digunakan	57
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	58
3.3	Operasional Variabel.....	58
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	62

3.5	Teknik Pengumpulan Data	62
3.5.1	Teknik Sampling	63
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	67
3.6.1	Uji Keabsahan data.....	67
3.6.2	Analisis Deskriptif.....	68
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	69
3.6.4	Alat Analisis data	71
3.6.5	Uji Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.2	Hasil Penelitian Karakteristik atau Profil Responden	76
4.2.1	Analisis Deskriptif Karakteristik.....	76
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	82
4.3	Uji Keabsahan Data.....	114
4.3.1	Uji Validitas	114
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	119
4.4	Uji Asumsi Klasik	120
4.4.1	Uji Normalitas	120
4.4.2	Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	122
4.4.3	Uji <i>Multikolinearitas</i>	123
4.5	Alat Analisis Data	125
4.5.1	Regresi Linier Berganda.....	125
4.5.2	Regresi Linier Sederhana	127

4.5.3	Koefisien determinasi (R^2)	128
4.6	Hasil Penelitian	129
4.6.1	Uji F (Simultan).....	129
4.6.2	Uji T (Parsial).....	131
4.7	Hasil Pembahasan	133
4.7.1	Pengaruh <i>Functional Value</i> (X1), <i>Emotional Value</i> (X2), dan <i>Social Value</i> (X3) terhadap <i>Intent to Purchase</i> (Y) <i>Item virtual</i> pada <i>Game Online Genshin Impact</i>	133
4.7.2	Pengaruh <i>Functional Value</i> (X2) terhadap <i>Intent to Purchase</i> <i>Item virtual</i> pada <i>Game Online Genshin Impact</i> (Y)	134
4.7.3	Pengaruh <i>Emotional Value</i> (X3) terhadap <i>Intent to Purchase</i> <i>Item virtual</i> pada <i>Game Online Genshin Impact</i> (Y)	134
4.7.4	Pengaruh <i>Social Value</i> (X4) terhadap <i>Intent to Purchase Item</i> <i>virtual</i> pada <i>Game Online Genshin Impact</i> (Y)	135
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		136
5.1	Simpulan.....	136
5.2	Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN		145

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis-jenis Game	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2 Koefisien determinasi (R ²)	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Usia.....	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir	77
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.5 Karakteristik <i>Item</i> yang dibeli Responden	79
Tabel 4.6 Karakteristik Intensitas Membeli <i>Item virtual</i> Responden	80
Tabel 4.7 Karakteristik Pengeluaran Rata-rata membeli <i>Item virtual</i> Responden	80
Tabel 4.8 Karakteristik Tempat Pembelian <i>Item virtual</i> Responden	81
Tabel 4.9 <i>Item virtual (Battle Pass)</i> terdapat <i>mora</i> yang dapat meningkatkan <i>level artefak</i> yang dimiliki	82
Tabel 4.10 <i>Item virtual (Primogem)</i> untuk menggacha dapat meningkatkan poin senjata yang dimiliki)	83
Tabel 4.11 <i>Item virtual (Primogem)</i> untuk menggacha dapat menambah konstelasi poin karakter yang dimiliki.....	83
Tabel 4.12 <i>Item virtual (Genesis)</i> bersifat <i>limited</i> (terbatas)	84

Tabel 4.13	<i>Item virtual</i> meningkatkan efektifitas dalam mendapatkan bahan <i>gacha (primogem)</i>	85
Tabel 4.14	<i>Item virtual (Battle pass)</i> meningkatkan efektifitas dalam mendapatkan bahan penguat talenta karakter yang dimiliki	86
Tabel 4.15	<i>Item virtual (Battle pass)</i> meningkatkan efektifitas dalam mendapatkan material penguat <i>level</i> karakter yang dimiliki.....	86
Tabel 4.16	<i>Item virtual (Battle pass)</i> meningkatkan efektifitas dalam mendapatkan material penguat senjata yang dimiliki.....	87
Tabel 4.17	<i>Item virtual (Genesis)</i> memiliki kualitas yang bagus.....	88
Tabel 4.18	<i>Item virtual (genesis)</i> meningkatkan peluang mendapatkan karakter <i>limited</i>	88
Tabel 4.19	<i>Item virtual (genesis)</i> meningkatkan peluang mendapatkan senjata <i>limited</i>	89
Tabel 4.20	<i>Item virtual</i> meningkatkan kesenangan bermain (<i>Fun</i>)	90
Tabel 4.21	<i>Item virtual</i> meningkatkan perasaan menikmati permainan (<i>Enjoy</i>).....	90
Tabel 4.22	<i>Item virtual</i> meningkatkan kenyamanan bermain.....	91
Tabel 4.23	<i>Item virtual</i> meningkatkan semangat bermain (<i>Exited</i>)	92
Tabel 4.24	<i>Item virtual</i> meningkatkan perasaan tertarik bermain (<i>Interest</i>).....	92
Tabel 4.25	<i>Item virtual (Skin)</i> membuat karakter saya terlihat menarik.....	93
Tabel 4.26	<i>Item virtual (Skin)</i> membuat karakter saya terlihat serasi.....	94
Tabel 4.27	<i>Item virtual (Skin)</i> mempercantik karakter yang saya miliki.....	94
Tabel 4.28	<i>Item virtual</i> membuat saya terpujau	95

Tabel 4.29 <i>Item virtual</i> memiliki nilai seni.....	96
Tabel 4.30 <i>Item virtual</i> membuat saya terlihat percaya diri.....	96
Tabel 4.31 <i>Item virtual</i> membuat saya terlihat keren.....	97
Tabel 4.32 <i>Item virtual</i> membuat saya terlihat menarik	98
Tabel 4.33 <i>Item virtual</i> dapat membantu teman dalam bermain bersama	98
Tabel 4.34 <i>Item virtual</i> meningkatkan dukungan sesama pemain	99
Tabel 4.35 <i>Item virtual</i> menjalin hubungan kerja sama dengan teman bermain.....	100
Tabel 4.36 <i>Item virtual</i> memberikan pengalaman positif kepada teman bermain.....	100
Tabel 4.37 Saya berminat kaerna informasi yang saya dapatkan	101
Tabel 4.38 Saya berminat karena mendukung developer	102
Tabel 4.39 Saya berminat karena ingin menggali potensi karakter yang saya gunakan.....	102
Tabel 4.40 Saya berminat karena ingin merasakan untuk menggunakan <i>item</i> <i>virtual</i>	103
Tabel 4.41 Saya berminat karena menanyakan <i>item virtual</i> yang sudah membeli	104
Tabel 4.42 Saya berminat karena tersedia di toko	105
Tabel 4.43 Saya berminat karena keinginan untuk menggunakannya.....	105
Tabel 4.44 Saya berminat karena fitur yang ditawarkan oleh game	106
Tabel 4.45 Saya berminat karena diskon yang diberikan oleh game	107
Tabel 4.46 Saya berminat karena rasa penasaran.....	107

Tabel 4.47	Saya berminat karena pengalaman membeli <i>item virtual</i>	108
Tabel 4.48	Saya berminat memposting <i>item virtual</i>	109
Tabel 4.49	Saya berminat mereview positif <i>item virtual</i>	109
Tabel 4.50	Saya memilih <i>item virtual</i> untuk memenuhi kebutuhan bermain	110
Tabel 4.51	Saya tertarik membeli <i>item virtual</i> di <i>game</i> ini dibanding <i>platform</i> lainnya.....	111
Tabel 4.52	Saya merasa harga <i>item virtual</i> didalam <i>game</i> lebih murah	111
Tabel 4.53	Saya merasa sesuai dengan keinginan	112
Tabel 4.54	Saya merasa sesuai dengan harapan.....	113
Tabel 4.55	Saya berminat karena fungsinya	113
Tabel 4.56	Uji Validitas	114
Tabel 4.57	Uji Validitas (2)	117
Tabel 4.58	Uji Reliabilitas	119
Tabel 4.59	Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	121
Tabel 4.60	Uji <i>Multikolinearitas</i>	124
Tabel 4.61	Regresi Linier Berganda	126
Tabel 4.62	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	129
Tabel 4.63	Uji F	130
Tabel 4.64	Uji T	131

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022	1
Gambar 1.2 Pasar Industri <i>Game</i> Terbesar di Asia Tahun 2022	4
Gambar 1.3 <i>Game Genshin Impact</i>	7
Gambar 1.4 <i>Top Grossing Gacha-Based Mobile Games in Q1 2022</i>	9
Gambar 1.5 <i>BP Bounty/ Battle Pass</i>	10
Gambar 1.6 <i>Blessing of Welkin Moon</i>	11
Gambar 1.7 <i>Genesis crystal</i>	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	54
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	56
Gambar 4.1 <i>Game Genshin Impact</i>	74
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	122
Gambar 4.3 Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	123

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	146
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden.....	155
Lampiran 3 Tabulasi Data <i>Functional Value</i> (data sebelum dieliminasi).....	157
Lampiran 4 Tabulasi Data <i>Functional Value 2</i> (FINAL)	162
Lampiran 5 Tabulasi Data <i>Emotional Value</i> (data sebelum dieliminasi)	167
Lampiran 6 Tabulasi Data <i>Emotional Value</i> (data setelah dieliminasi).....	172
Lampiran 7 Tabulasi Data <i>Emotional Value</i> (FINAL)	177
Lampiran 8 Tabulasi Data <i>Social Value</i> (data sebelum dieliminasi)	182
Lampiran 9 Tabulasi Data <i>Social Value</i> (Data setelah dieliminasi)	187
Lampiran 10 Tabulasi Data <i>Social Value</i> (FINAL)	192
Lampiran 11 Tabulasi Data <i>Intent to Purchase</i> (data sebelum dieliminasi).....	197
Lampiran 12 Tabulasi Data <i>Intent to Purchase</i> (data setelah dieliminasi)	202
Lampiran 13 Tabulasi Data <i>Intent to Purchase</i> (FINAL).....	207
Lampiran 14 T tabel	212
Lampiran 15 F tabel	213
Lampiran 16 R tabel.....	215
Lampiran 17 Hasil Uji Validitas <i>Functional Value</i> SPSS.....	217
Lampiran 18 Hasil Uji Validitas <i>Emotional Value</i> SPSS	220
Lampiran 19 Hasil Uji Validitas <i>Social Value</i> SPSS	222
Lampiran 20 Hasil Uji Validitas <i>Intent to Purchase</i> SPSS	224

Lampiran 21 Hasil Uji Reliabilitas	230
Lampiran 22 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas P-Plot	231
Lampiran 23 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas Kolmogorof Smirnov.....	231
Lampiran 24 Hasil Uji MultiKolinearitas	232
Lampiran 25 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	232
Lampiran 26 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	233
Lampiran 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	233
Lampiran 28 Hasil Uji F	233
Lampiran 29 Hasil Uji T	234
Lampiran 30 Bukti Penyebaran Kuesioner	234
Lampiran 31 Catatan Kegiatan Konsultasi	236
Lampiran 32 Daftar Riwayat Hidup.....	237

