

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KUKIWAYCOOKIES DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh:

Akhyana Cahya Putra

201910415172



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KUKIWAYCOOKIES DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh:

Akhyana Cahya Putra

201910415172



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat
Beli Konsumen Kukiwaycookies Di Instagram

Nama Mahasiswa : Akhyana Cahya Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415172

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Dosen Pembimbing



Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat
Beli Konsumen Kukiwaycookies Di Instagram

Nama Mahasiswa : Akhyana Cahya Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415172

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

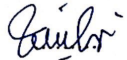
Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji

: Dr. Dwinarko, M.M
NID 312026604



Penguji

: Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si
NID 0312079501



Sekretaris Penguji

: Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.
NID 0307108503



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

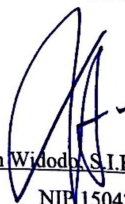


Moh Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si

NIP 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widody, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1504222

Pengaruh komunikasi..., Akhyana Cahya Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kukiwaycookies Di Instagram. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023



Akhyana Cahya Putra

201910415172

ABSTRAK

Akhyana Cahya Putra. 201910415172. **Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kukiwaycookies Di Instagram**

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, menjadikan sosial media sebagai alat komunikasi yang diminati oleh masyarakat. Masyarakat di era digital ini lebih memilih menggunakan sosial media untuk berkomunikasi dan juga untuk melakukan transaksi jual beli, selain efektif, sosial media juga mempermudah berkomunikasi langsung dengan para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen kukiwaycookies di instagram.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh (sensus) dengan jumlah 133 follower instagram kukiwaycookies yang dimana seluruh populasi digunakan sebagai sampel, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 133 follower instagram kukiwaycookies.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisa yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen kukiwaycookies di instagram, bahwa variabel komunikasi pemasaran (X) terhadap minat beli (Y) konsumen kukiwaycookies di instagram dapat diterima, yang dimana pengaruh dari variabel (X) pengaruh komunikasi pemasaran terhadap (Y) minat beli konsumen kukiwaycookies di instagram yaitu 71.4%, sedangkan 28.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Minat Beli, Instagram

ABSTRACT

*Akhyana Cahya Putra. 201910415172. **The Influence of Marketing Communications on Consumer Buying Interests Kukiwaycookies on Instagram***

The rapid development of technology and information has made social media a communication tool of interest to the public. People in this digital era prefer to use social media to communicate and also to carry out buying and selling transactions, besides being effective, social media also makes it easier to communicate directly with customers. This study aims to determine the effect of marketing communications on consumer buying interest in cookiewaycookies on Instagram.

The method used in this study is a quantitative research method with a descriptive type of research, the sampling technique used in this study is a saturated sampling technique (census) with a total of 133 Instagram Kukiwaycookies followers where the entire population is used as a sample. Data collection techniques in this study used data collection techniques by distributing questionnaires to 133 Instagram Kukiwaycookies followers.

The results showed that the analysis was carried out in accordance with the purpose of this study, namely to find out how much influence marketing communications had on consumer buying interest in kukiwaycookies on Instagram, that the marketing communication variable (X) on consumer buying interest (Y) cookiewaycookies on instagram was acceptable, where the influence of variable (X) influenced marketing communications on (Y) consumer buying interest in cookiewaycookies on instagram was 71.4%, while 28.6% was influenced by other variables not examined in the study.

Keywords: *Marketing Communication, Purchase Intention, Instagram*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu wata'ala telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kukiwaycookies Di Instagram”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan dalam program Strata-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda yang tidak bosan - bosannya memberikan banyak nasihat dan doa yang senantiasa ditunjukkan kepada penulis sebagai wujud rasa cintanya yang tulus.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka kesempatan ini dengan segala hormat penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs H. Bambang Karsono, SH., MM Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik Peneliti.
5. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom.,M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan nasehat dan bimbingan kepada peneliti.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang telah berperan penting terhadap proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman satu bimbingan yang telah membantu peneliti, meluangkan waktunya dalam proses penyusunan skripsi ini.

8. Kepada Sayyidil Habib Hasan Abdul Hadi Bin Ahmad Ba'abud, Sayyidil Habib Abdullah Faqih Bin Ahmad Ba'abud, serta para abdi ndalem Majelis Barokatul Karomah yang senantiasa memberikan semangat dan doa agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh rekan seperjuangan penulis Fikom angkatan 2019 Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang senantiasa saling memberikan dukungan satu sama lain support penulisan laporan ini.
10. Kepada para sahabat peneliti seperti salwa, alza, wina, revanda, hadi, ariandi, rafli, ammar, surya, irfani, jiwo, abi, anis, bagus dan kawan kawan yang lain telah mendukung penuh dalam memberikan support serta terus mendoakan dalam melaksanakan pembuatan laporan magang kerja
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu dan yang telah membantu proses penyusunan skripsi selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan di terima dengan senang hati. Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 28 Juli 2023



Akhyana Cahya Putra

201910415172

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konsep	16
2.2.1 Komunikasi	16

2.2.2 Pemasaran	17
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.2.4 Promotion Mix	18
2.2.5 New Media	19
2.2.6 Instagram.....	19
2.2.6.1 Pengertian Instagram.....	19
2.2.6.2 Fitur-fitur instagram	20
2.2.7 Minat Beli.....	22
2.2.7.1 Indikator Minat Beli.....	23
2.3 Kerangka Teori	23
2.3.1 Komunikasi Pemasaran	23
2.3.2 Minat beli	24
2.3.2.1 Indikator Minat Beli.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Variabel dan Operasional Variabel.....	29
3.3.1 Variabel.....	29
3.3.2 Operasional Variabel.....	30
3.4 Populasi dan Teknik Sampling	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Teknik Sampling	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Keabsahan Data	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Realibilitas	37

3.7 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.1 Uji Normalitas	38
3.7.2 Uji Linearitas.....	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.9 Skala Pengukuran	39
3.10 Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.11 Teknik Pengujian Hipotesis	40
3.11.1 Uji Parsial (Uji T).....	40
3.11.2 Uji Simultan (Uji F)	42
3.12 Analisis Uji Koefisien Determinasi.....	42
3.13 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.2 Karakteristik Responden.....	44
4.2.1 Usia	44
4.2.2 Jenis Kelamin	45
4.2.3 Pekerjaan	45
4.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	46
4.3.1 Variabel Independent X (Komunikasi Pemasaran).....	46
4.3.1.1 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 1	46
4.3.1.2 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 2.....	47
4.3.1.3 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 3.....	48
4.3.1.4 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 4.....	49
4.3.1.5 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 5.....	49
4.3.1.6 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 6.....	50
4.3.1.7 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 7.....	51
4.3.1.8 Penilaian responden mengenai pernyataan butir 8.....	52

4.3.1.9	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 9.....	53
4.3.1.10	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 10.....	53
4.3.1.11	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 11.....	54
4.3.1.12	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 12.....	55
4.3.1.13	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 13.....	56
4.3.1.14	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 14.....	56
4.3.1.15	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 15.....	57
4.3.1.16	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 16.....	58
4.3.2	Variabel Dependen Y (Minat Beli).....	59
4.3.2.1	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 1.....	59
4.3.2.2	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 2.....	59
4.3.2.3	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 3.....	60
4.3.2.4	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 4.....	61
4.3.2.5	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 5.....	62
4.3.2.6	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 6.....	62
4.3.2.7	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 7.....	63
4.3.2.8	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 8.....	64
4.3.2.9	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 9.....	65
4.3.2.10	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 10.....	65
4.3.2.11	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 11.....	66
4.3.2.12	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 12.....	67
4.3.2.13	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 13.....	68
4.3.2.14	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 14.....	68
4.3.2.15	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 15.....	69
4.3.2.16	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 16.....	70
4.3.2.17	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 17.....	71
4.3.2.18	Penilaian responden mengenai pernyataan butir 18.....	71
4.4	Hasil Uji Instrument Penelitian	72
4.4.1	Pra Survey	72
4.4.1.1	Uji Validitas Variabel X.....	72
4.4.1.2	Uji Validitas Variabel Y.....	73

4.4.1.3 Uji Realibilitas	75
4.4.2 Uji Validitas	75
4.4.3 Uji Realibilitas	78
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	79
4.5.1 Uji Normalitas	79
4.5.2 Uji Linieritas.....	79
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	80
4.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	80
4.6.1.1 Koefisien Determinasi.....	80
4.6.1.2 Uji Parsial (Uji T).....	80
4.6.1.3 Uji Simultan (Uji F)	81
4.7 Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Pengujian	82
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3 Skala Likert.....	39
Tabel 4. Kategori Jenis Kelamin.....	45
Tabel 5 Kategori Pekerjaan.....	45
Tabel 6 Jawaban responden mengenai informasi yang disampaikan pada akun instagram kukiwaycookies jelas untuk konsumen	46
Tabel 7 Jawaban responden mengenai informasi yang disampaikan pada akun instagram kukiwaycookies lengkap untuk konsumen.....	47
Tabel 8 Jawaban responden mengenai informasi yang disampaikan pada akun instagram kukiwaycookies berbeda dengan akun instagram cookies lainnya	48
Tabel 9 Jawaban responden mengenai informasi yang disampaikan pada akun Instagram kukiwaycookies membantu konsumen dalam memilih produk	49
Tabel 10 Jawaban responden mengenai informasi terkait tata cara penyimpanan dan lain lain yang disampaikan pada akun instagram kukiwaycookies sangat membantu konsumen	50
Tabel 11 Jawaban responden mengenai bahasa yang digunakan saat menyampaikan informasi pada instagram kukiwaycookies mudah dipahami konsumen.....	51
Tabel 12 Jawaban responden mengenai saya tertarik pada produk yang ditawarkan melalui postingan instagram kukiwaycookies	51
Tabel 13 Jawaban responden mengenai saya tertarik pada hiburan (Games, Challenge, Doorprize) yang disediakan oleh kukiwaycookies di instagram	52
Tabel 14 Jawaban responden mengenai saya mengajak teman di media sosial untuk mengikuti hiburan (Games, Challenge, Doorprize) di akun instagram kukiwaycookies.....	53
Tabel 15 Jawaban responden mengenai saya merasa tertarik dengan promosi yang ditawarkan kukiwaycookies di instagram	54
Tabel 16 Jawaban responden mengenai postingan pada akun kukiwaycookies sangat mempengaruhi konsumen	54

Tabel 17 Jawaban responden mengenai postingan kukiwaycookies mengingatkan saya perihal jadwal sebelum pemesanan.....	55
Tabel 18 Jawaban responden mengenai postingan kukiwaycookies mengingatkan saya perihal produk yang tersedia pada kukiwaycookies	56
Tabel 19 Jawaban responden mengenai postingan kukiwaycookies mengingatkan saya untuk membeli produk sebagai hadiah.....	57
Tabel 20 Jawaban responden mengenai postingan kukiwaycookies mengingatkan saya untuk selalu melakukan hal positif.....	57
Tabel 21. Jawaban responden mengenai postingan kukiwaycookies mengingatkan saya perihal hari-hari besar yang ada di Indonesia	58
Tabel 22. Jawaban responden mengenai saya ingin membeli produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies	59
Tabel 23. Jawaban responden mengenai saya ingin membeli produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies karena harga yang relatif murah.....	60
Tabel 24. Jawaban responden mengenai saya ingin membeli produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies ketika hari-hari besar	60
Tabel 25. Jawaban responden mengenai saya ingin membeli produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies untuk hadiah	61
Tabel 26 Jawaban responden mengenai saya ingin membeli produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies ketika ada varian terbaru	62
Tabel 27. Jawaban responden mengenai saya akan menyarankan produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies kepada keluarga.....	63
Tabel 28. Jawaban responden mengenai saya akan menyarankan produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies kepada teman-teman terdekat.....	63
Tabel 29. Jawaban responden mengenai saya akan menyarankan produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies kepada lingkungan kerja.....	64
Tabel 30. Jawaban responden mengenai saya akan menyarankan produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies kepada tetangga	65
Tabel 31. Jawaban responden mengenai saya akan menyarankan produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies pada media sosial.....	66

Tabel 32. Jawaban responden mengenai saya cenderung akan membeli kembali produk kukiwaycookies	66
Tabel 33. Jawaban responden mengenai saya ingin membeli kembali produk yang ditawarkan oleh kukiwaycookies	67
Tabel 34. Jawaban responden mengenai ketika ingin membeli <i>cookies</i> , saya akan mengutamakan membeli produk kukiwaycookies	68
Tabel 35. Jawaban responden mengenai saya akan mencari tahu informasi tentang produk kukiwaycookies	69
Tabel 36. Jawaban responden mengenai saya akan mencari tahu informasi tentang promo kukiwaycookies	69
Tabel 37. Jawaban responden mengenai saya akan mencari tahu informasi tentang harga terbaru kukiwaycookies.....	70
Tabel 38. Jawaban responden mengenai saya akan mencari tahu informasi tentang varian rasa terbaru kukiwaycookies	71
Tabel 39. Jawaban responden mengenai saya akan mencari tahu informasi tentang produk kukiwaycookies terkait kesehatan	72
Tabel 40 Prasurvey Uji Validitas Variabel X	72
Tabel 41 Pra survey Uji Validitas Variabel Y	73
Tabel 42 Pra survey Uji Realibilitas	75
Tabel 43 Uji Validitas Variabel X	76
Tabel 44 Uji Validitas Variabel X	77
Tabel 45 Uji Realibilitas	78
Tabel 46. Uji Linieritas	79
Tabel 47. Uji Koefisien Determinasi	80
Tabel 48. Uji T	81
Tabel 49. Uji F	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram pada April 2022.....	2
Gambar 1.2 Profil Instagram @Kukiwaycookies	4
Gambar 1.3 Kenangan Cookies.....	5
Gambar 1.4 Varian rasa Kukiwaycookies.....	6
Gambar 1.5 Data Rentang Usia Konsumen Kukiwaycookies	7
Gambar 6 Logo Kukiwaycookies.....	43
Gambar 7 Karakteristik Responden Kategori Usia.....	44
Gambar 8. Uji Normalitas P-P Plot.....	79



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Biodata Mahasiswa
LAMPIRAN II	: Instrument Pernyataan
LAMPIRAN III	: Hasil Uji Validitas & Realibilitas
LAMPIRAN IV	: Hasil Uji Hipotesis
LAMPIRAN V	: Tabulasi Data Variabel Komunikasi Pemasaran (X)
LAMPIRAN VI	: Tabulasi Data Variabel Minat Beli (Y)
LAMPIRAN VII	: Tabel-Tabel Statistik
LAMPIRAN VIII	: Bukti Penyebaran Kuesioner
LAMPIRAN IX	: Kartu Bimbingan Skripsi
LAMPIRAN X	: Form Perbaikan Sidang Skripsi

