

**PENGARUH DIGITAL PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA  
PEMASARAN PADA CAFE DI KECAMATAN KALIBARU KAB. BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**DANAR ALDOVA SUNARTO  
20.1041.1260**

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**NAMA : DANAR ALDOVA SUNARTO**

**NIM : 2010411260**

**PRODI : MANAJEMEN**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: “Pengaruh Digital Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Cafe Di Kecamatan Kalibaru Kab. Banyuwangi” merupakan hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 10 Juli 2024  
Yang menyatakan



**DANAR ALDOVA SUNARTO**  
**20.1041.1260**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIGITAL PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN PADA CAFE DI KECAMATAN KALIBARU KAB. BANYUWANGI**

DANAR ALDOVA SUNARTO

20.1041.1260



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun

A handwritten signature in black ink, enclosed in a rectangular box. The signature is stylized and appears to be 'Budi Santoso'.

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo S.E., MM.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a rectangular box. The signature is stylized and appears to be 'Yohanes Gunawan'.

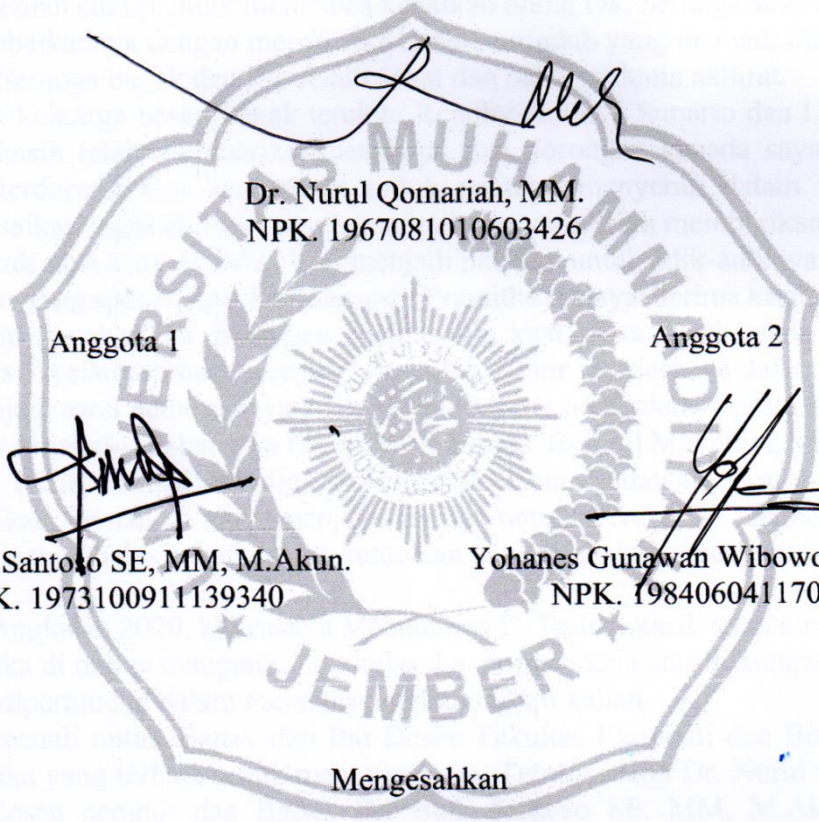


## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Pengaruh Digital Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Cafe Di Kecamatan Kalibaru Kab. Banyuwangi*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 16 Juli 2024  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Nurul Qomariah, MM.  
NPK. 1967081010603426

Anggota 1

Anggota 2

Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun.  
NPK. 1973100911139340

Yohanes Gunawan Wibowo S.E., MM.  
NPK. 1984060411703794

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Meheni Ika Sari, SE., MM  
NPK. 197708112005012001

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.  
NPK. 197203270509477

## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sunarto dan Ibu Ida Susanti yang telah memberika dukungan moral, moril, materil serta do'a yang tiada putus untuk kesuksesan saya, karena tiada kata yang seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua. Semoga saya dapat membalas segala kebaikannya dengan memberika hadiah terindah yang menjadi impiannya sampai saat ini. Semoga bapak dan ibu selalu sehat dan bahagia dunia akhirat.
2. Teruntuk keluarga besar, kakak tercinta Rendhy Adhitya Sunarto dan Leisya Salsabilla Terima kasih telah memberikan semangat dan dorongan kepada saya sehingga saya merasa terdorong dan termotivasi untuk pantang menyerah dalam berjuang untuk menyelesaikan tugas ahir ini. Dan keluarga besar yang telah memberikan semangat tiada henti untuk saya semoga kelak bisa menjadi panutan untuk adik-adiknya.
3. Teruntuk orang spesial saya Karamisapan Pramitha Hidayat terima kasih telah menemani dan selalu memberikan dukungan positif yang kuat, serta sudah sabar menjadi tempat keluh kesah selama proses menyelesaikan tugas ahir ini. Semoga dalam kesempatan ini bisa menjadi awal pembukanya jalan kebaikan serta pembukanya pintu rizeki.
4. Teruntuk sahabat-sahabat saya Ilham Surya Rajasa, Rohiqil Makhtum, M. Iqbal Maulana, Wardha Fitria, Zainal Abidin, Ferdiansyah Roni Setiawan yang selalu membatu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi. Semoga allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam bertemen dan mensupport saya.
5. Teman Angkatan 2020, khususnya Manajemen C. Terima kasih telah memberikan warna baik ketika di dalam maupun diluar kelas dan terima kasih atas dukungannya selama ini, semoga dipermudah dalam memperjuangkan mimpi kalian.
6. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM. selaku dosen penguji dan Bapak Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun. dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo S.E., MM. selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.
7. Terakhir, saya persembahkan skripsi saya untuk almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang telah menaungi dan menjadi jembatan dalam menuntut ilmu, semoga ilmu yang saya peroleh dapat bermanfaat.

## MOTO

fa inna ma'al usri yusra

Artinya:"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

- Al-Insyirah 06 -

“ Ketahuilah, apapun yang menjadikamu tergetar, itulah yang terbaik untukmu! Dan karena itulah, Qalbu sang pencipta-nya lebih besar dari pada singgasananya “

-Jalaludin Rumi -

“ Janganlah kamu beristirahat meskipun kamu Lelah, beristirahatlah ketika kamu selesai dan sukses “

- Danar Aldova Sunarto -



## ABSTRAK

### **Pengaruh Digital Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Cafe Di Kecamatan Kalibaru Kab. Banyuwangi**

**Danar Aldova Sunarto**  
**Manajemen**  
**Universitas Muhammadiyah Jember 2024**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial *Instagram*, *E-commerce* dan media sosial *Tiktok* terhadap kinerja marketing pada pada Cafe di Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. Lokasi penelitian ini bertempat pada 3 Cafe yang berada di Kecamatan Kalibaru yakni Cafe Anyo, Roemah Kopi Kalibaroe dan Pawon Rencang Lawas. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive proportional random sampling* menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik dan regresi linear berganda. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa media sosial *Instagram*, *E-commerce* dan media sosial *Tiktok* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada Cafe di Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi, dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,540 atau 54%.

**Kata Kunci** : *Instagram*, *E-Commerce*, *Tiktok*, Kinerja Pemasaran

## ABSTRACT

### *The Influence Of Digital Marketing On Improving Marketing Performance In Cafes In Kalibaru District, Regency. Banyuwangi*

**Danar Aldova Sunarto**

*Management Muhammadiyah University Of Jember*

**2024**

*This research aims to determine and analyze the influence of social media Instagram, E-commerce and social media Tiktok on marketing performance at cafes in Kalibaru District, Banyuwangi Regency. The location of this research is at 3 cafes in Kalibaru District, namely Cafe Anyo, Roemah Kopi Kalibaroe and Pawon Rencang Lawas. This type of research uses quantitative methods with a sample size of 120 respondents and uses purposive proportional random sampling techniques using data collection techniques in the form of questionnaires to respondents. The data analysis technique for this research uses instrument testing, classical assumptions and multiple linear regression. The results of the analysis obtained show that social media Instagram, E-commerce and social media Tiktok have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on marketing performance at cafes in Kalibaru District, Banyuwangi Regency, with an influence contribution level of 0.540 or 54%.*

**Keywords:** *Instagram, E-Commerce, TikTok, Marketing Performance*



## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Digital Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Cafe Di Kecamatan Kalibaru Kab. Banyuwangi” dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Dr. Toni Herlambang, SE.,MM. Selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) semester I hingga semester VIII yang banyak memberi motivasi.
6. Dr. Budi Santoso SE, MM, M.Akun. dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo S.E., MM. Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Dr. Nurul Qomariah, MM. Selaku Dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 khususnya Manajemen pagi kelas C, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jember, 10 Juli 2024  
Yang menyatakan



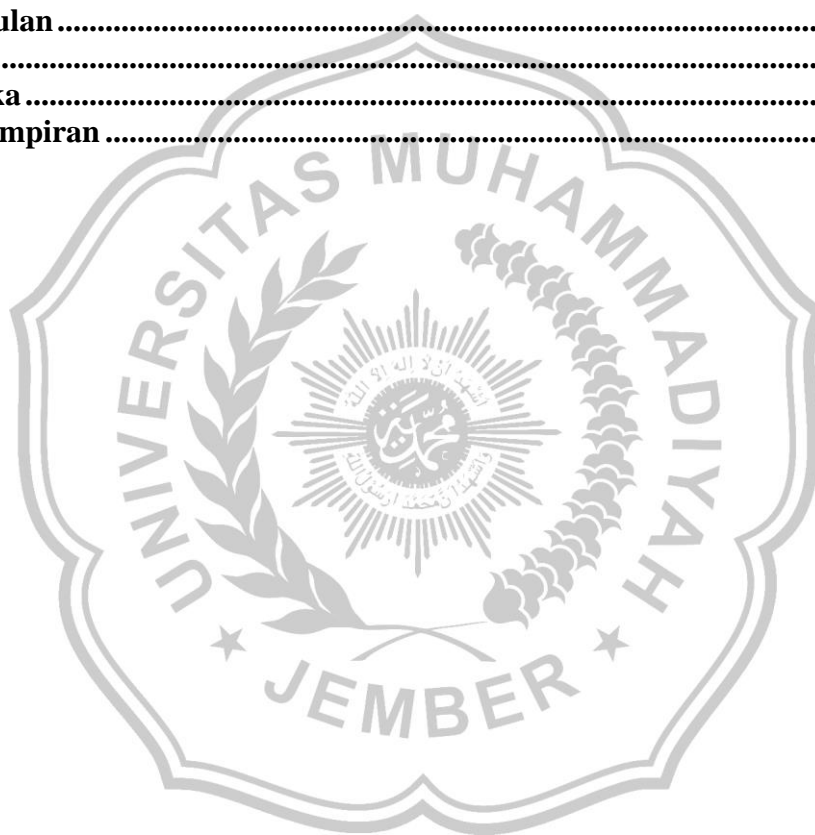
DANAR ALDOVA SUNARTO  
20.1041.1260

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Manajemen Pemasaran</b> .....	<b>10</b>
2.2.1 Fungsi dan Tujuan Manajemen Pemasaran .....	10
2.2.2 Strategi Manajemen Pemasaran .....	12
<b>2.2 Digital Pemasaran</b> .....	<b>12</b>
2.3.1 Tujuan Penerapan Digital Pemasaran .....	13
2.3.2 Manfaat Penerapan Digital Pemasaran .....	13
2.3.3 Jenis-Jenis Digital Pemasaran .....	13
2.3.4 Manfaat Digital Pemasaran .....	14
2.3.5 Hambatan Digital Pemasaran .....	15
<b>2.3 Media Sosial Instagram</b> .....	<b>15</b>
2.4.1 Manfaat Media Sosial Instagram .....	16
2.4.2 Indikator Media Sosial Instagram .....	16
<b>2.4 E-commerce</b> .....	<b>17</b>
2.5.1 Manfaat E-commerce .....	18
2.5.2 Indikator E-commerce .....	18
<b>2.5 Media Sosial TikTok</b> .....	<b>19</b>
2.6.1 Manfaat Media Sosial Tiktok .....	20
2.6.2 Indikator Media Sosial Tiktok .....	21
<b>2.6 Kinerja Pemasaran</b> .....	<b>21</b>
2.7.1 Faktor-Faktor Kinerja Pemasaran .....	22
2.7.2 Indikator Kinerja Pemasaran .....	22
<b>2.7 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>23</b>
<b>2.8 Kerangka Konseptual</b> .....	<b>25</b>
<b>2.9 Hipotesis</b> .....	<b>25</b>
2.4.1 Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Kinerja Pemasaran .....	26
2.4.2 Pengaruh E-commerce Terhadap Kinerja Pemasaran .....	26
2.4.3 Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kinerja Pemasaran .....	27

2.4.4 Variabel Media Sosial, E-commerce Dan Media Sosial Tiktok Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kinerja Pemasaran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>29</b>
3.2.1 Media Sosial Instagram (X1) .....	29
3.2.2 E-commerce (X2).....	30
3.2.3 Media Sosial Tiktok (X3) .....	31
3.2.4 Kinerja Pemasaran (Y).....	31
<b>3.3 Desain Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>3.4 Jenis Data.....</b>	<b>32</b>
3.4.1 Data Primer .....	32
3.4.2 Data Sekunder .....	32
<b>3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>33</b>
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel.....	33
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
<b>3.6 Statistik Deskriptif .....</b>	<b>35</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>35</b>
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	36
1. Uji Validitas .....	36
2. Uji Reliabilitas .....	36
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
1. Uji Normalitas.....	37
2. Uji Multikolinearitas .....	37
3. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.7.4 Uji Hipotesis .....	38
1. Uji t (Uji Parsial).....	38
2. Uji F (Uji Simultan) .....	38
3.7.5 Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	38
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 Sejarah Cafe Di Kecamatan Kalibaru Kab. Banyuwangi.....</b>	<b>39</b>
4.1.1 Sejarah Cafe Anyo .....	39
4.1.2 Sejarah Pawon Rencang Lawas .....	40
4.1.3 Sejarah Roemah Kopi Kalibaroe.....	41
<b>4.2 Gambaran Umum Responden .....</b>	<b>42</b>
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2.2 Lokasi Cafe yang Dikunjungi .....	42
4.2.3 Pembelian Produk .....	43
4.2.4 Kunjungan ke Cafe.....	43
4.2.5 Responden Berdasarkan Usia.....	43
<b>4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....</b>	<b>44</b>
4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial Instagram .....	44
4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel E-commerce .....	45
4.3.3 Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial Tiktok.....	46
4.3.4 Distribusi Jawaban Variabel Kinerja Pemasaran .....	47

<b>4.4 Hasil Uji Instrumen Data .....</b>	<b>48</b>
4.4.1 Uji Validitas .....	48
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	49
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	50
<b>4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>53</b>
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis .....	54
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>56</b>
4.6.1 Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Kinerja Pemasaran .....	56
4.6.2 Pengaruh E-commerce Terhadap Kinerja Pemasaran.....	57
4.6.3 Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kinerja Pemasaran .....	58
4.6.4 Pengaruh Secara Simultan Media Social Instagram, E-Commerce Dan Media Social Tiktok Terhadap Kinerja Pemasaran .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>61</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran-Lampiran .....</b>	<b>66</b>



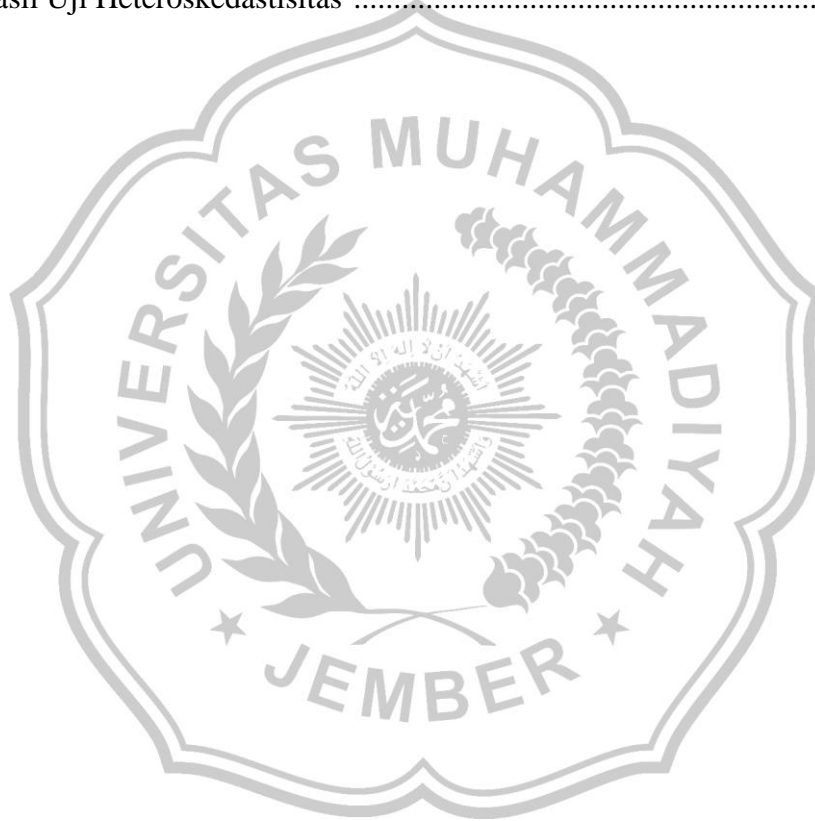


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengguna Aplikasi Media Sosial.....	1
Tabel 1.2 Industri Cafe Kec. Kalibaru .....	5
Tabel 1.3 Data Penjualan.....	6
Tabel 1.4 Komparasi Pesaing Cafe Sejenis .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Sampling Berimbang .....	36
Tabel 3.2 Skala Likert .....	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4.2 Lokasi Café Yang dikunjungi .....	42
Tabel 4.3 Pembelian Produk .....	45
Tabel 4.4 Kunjungan Cafe .....	46
Tabel 4.5 Usia Responden .....	46
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Media Sosial Instagram .....	47
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel E-commerce .....	48
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Media Sosial Tiktok .....	49
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Kinerja Pemasaran .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Parsial) .....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan) .....	58
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 4.1 Logo Cafe Anyo .....	42
Gambar 4.2 Pawon Rencang Lawas .....	43
Gambar 4.3 Logo Roemah Kopi Kalibaroe .....	44
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	44
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	69
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban .....	72
Lampiran 3. Deskriptif Statistik Responden .....	74
Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel .....	75
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	80
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	84
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis .....	85
Lampiran 8. R tabel, t tabel dan F tabel .....	86
Lampiran 9. Dokumentasi .....	91
Lampiran 10. Surat Izin Penelitian .....	92

