



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* TOKOPEDIA DI TEMBILAHAN

SKRIPSI



OLEH

SAIPUL ANWAR

NIM : 101181010105

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN**

2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI TEMBILAHAN

SKRIPSI

***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Danbisnis
Universitas Islam Indragiri***



OLEH
SAIPUL ANWAR
NIM : 101181010105

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2022**



Hak Cipta Dihindangi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

HAK Cipta Dimiliki oleh Universitas Islam Indragiri

Universitas Islam Indragiri

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SAIPUL ANWAR
Nim : 101181010105
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Tembilahan.

Telah LULUS Ujian Skripsi (*Oral Comprehensive*) yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan pada hari Kamis, 28 Juli 2022 dengan nilai **Sangat Memuaskan (B)**.

TIM PENGUJI,

H. NAZARUDIN, S.E., M.Si
NIDN. 100 506 7401

Ketua

NELVA SISKAWATI, S.E., M.Si
NIDN. 100 511 8404

Sekretaris

H. AGUS MAULANA, S.E., M.M
NIDN. 101 310 7002

Anggota

S.M GUNTUR, S.E., M.Si
NIDN. 100 604 6401

Anggota

HELLY KHAIRUDDIN, S.E., M.Si
NIDN. 101 909 7603

Anggota

Mengesahkan



Dekan

Ketua Program Studi

RAJU MAULANA, S.E., M.M
NIDN. 100 511 8707



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

LEMBAR KEABSAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Saipul Anwar

NIM : 101181010105

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Di Tembilahan.

Dengan ini menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi saya murni karya ilmiah saya dan tidak plagiat atau bersifat plagiarisme dari karya ilmiah orang lain. Dan apabila ternyata dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan saya serta diberi sanksi hukum sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.

Tembilahan, 28 Juli 2022



Penulis,

SAIPUL ANWAR
NIM. 101181010105



ABSTRAKSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMERCE TOKOPEDIA DI TEMBILAHAN

Saipul Anwar

NIM : 101181010105

E-mail : sasaiful54@gmail.com

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perkembangan teknologi berdampak luas terhadap berbagai aspek. Tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran yang berkembang sangat pesat. Dengan pergeseran perilaku belanja pelanggan yang mana pada awalnya para konsumen hanya berbelanja pada toko *Offline* sekarang mulai perlahan berpindah ke toko Online. Dengan Teknologi internet yang semakin maju yang mana internet sekarang tidak hanya untuk mencari informasi-informasi saja akan tetapi sudah mulai berkembang luas sampai mencakup kepada sektor perdagangan.

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh data juga informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *ecommerce* toko *pedia* di tembilahan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui koesioner dan studi kepustakaan yakni daftar pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator dari variabel penelitian yang harus direspon oleh responden. Pengambilan sampel menggunakan *accidental random sampling* dan dengan menggunakan rumus Sampel *Isacc And Michael* yang mana Rumus ini digunakan peneliti karna jumlah sampel pada *e-commerce* Tokopedia bersipat takterhingga atau tidak diketahui pasti populasinya. Dalam rumus ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, 10%. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 272 sampel dengan tingkat kesalahan 10%. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menjawab pertanyaan hipotesis penelitian.

Hasil analisis data diperoleh koefisien determinasi (R^2) adalah 0,311 atau 31,1% variasi variabel bebas keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh 4 (empat) variabel bebas yaitu, Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Kepribadian dan Faktor Psikologis sedangkan sisanya 78,9% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian, berdasarkan uji simultan (Uji F) diperoleh angka signifikan sebesar $0,000 < 0,1$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($31,579 > 1,645$). Berdasarkan uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi adalah $Y = 7,774 + 0,428X_1 + 0,422X_2 + 0,275X_3 + 0,441X_4$

Kata Kunci : Faktor-Faktor Keputusan Pembelian

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesehatan, keselamatan, kekuatan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI TEMBILAHAN”**.

Dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Indragiri. Penelitian ini tidak mungkin diselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang mana atas izin dan pertolongan-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Teruntuk yang tercinta Ayahanda Supriadi dan Ibunda Warna, yang telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan dengan tulus, sehingga penulis bisa mempersembahkan skripsi ini sebagai salah satu tanda bukti atas segala yang Ayahanda dan Ibunda berikan demi kebaikan dan keberhasilan penulis. Semoga penulis mampu membuat Ayahanda dan Ibunda menjadi bahagia dan bangga. Terimakasih juga untuk seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Najamuddin, L.C., M.A selaku Rektor Universitas Islam Indragiri.
4. Bapak Zainal Arifin, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
5. Bapak Raju Maulana, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

6. Bapak H. Nazarudin, SE.,M.Si selaku Pembimbing I yang sangat berperan dalam memberikan bimbingan, arahan, saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

7. Ibu Nelva Siskawati, SE.,M.Si selaku Pembimbing II yang telah turut serta dalam memberikan masukan, Arahan, nasehat serta dorongan kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis selama penulis menjadi mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Islam Indragiri.

9. Terimakasih buat teman-temanku terkhusus yang selalu *support* dan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada semua pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang tetap kuat dan selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini walaupun begitu banyak kendala serta kesedihan yang saya temui.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis dalam pengetahuan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat dijadikan acuan dalam karya ilmiah selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap dijadi kansemoga skripsi ini dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat bagi para pembaca.

Tembilahan, 04 Juli 2022

Penulis,

SAIPUL ANWAR
NIM : 101181010105



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusaan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
A. Konsep Pemasaran	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Pengertian Prilaku Konsumen	11
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen	13
B. Penelitian Perdahulu	31
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis	35

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Inragiri

E. Variabel Penelitian	36
1. Konsep Variabel Penelitian	36
2. Indikator Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Objek Dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis Dan Sumber Data	38
1. Jenis Data	38
2. Sumber Data	38
C. Populasi Dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Kuesioner	40
2. Dokumentasi	41
3. Studi Pustaka	41
4. Analisis Data	42
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	51
A. Sejarah Singkat Perusahaan	51
1. Propil Perusahaan	51
2. Visi, Misi, Nilai Dan Logo Perusahaan	52
3. Struktur Perusahaan	55
4. Layanan Tokopedia	55
5. Alamat Kantor Tokopedia	56
B. Katalog Online	57
C. komunitas Tokopedia	57



BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Responden	59
1. Tingkat Pengembalian Koesioner	59
B. Deskripsi Tanggapan Responden	60
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X_1)	61
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X_2)	62
3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Kepribadian (X_3)	63
4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis (X_4)	65
5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	67
C. Hasil Analisis Data.....	69
1. Statistik Deskriptif.....	69
2. Uji Kualitas Data	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	3
Tabel 2 : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	16
Tabel 3 : Penelitian Tedahulu	31
Tabel 4 : Operasional Variabel	37
Tabel 5 : Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac Dan Michael Untuk Tingkat Kesalahan 1%, 5%, Dan 10%	40
Tabel 6 : Daftar Ketua Kelas Komunikasi Tokopedia 24 Kota	63
Tabel 7 : Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac Dan Michael Untuk Tingkat Kesalahan 1%, 5%, Dan 10%	64
Tabel 8 : Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X ₁)	65
Tabel 9 : Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X ₂)	67
Tabel 10 : Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Kepribadian (X ₃)	68
Tabel 11 : Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis (X ₄)	70
Tabel 12 : Hasil Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	72
Tabel 13 : Hasil Analisis Deskriptif	74
Tabel 14 : Hasil Uji Validitas Faktor Budaya (X ₁)	75
Tabel 15 : Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X ₂)	76
Tabel 16 : Hasil Uji Validitas Faktor Kepribadian (X ₃)	77
Tabel 17 : Hasil Uji Validitas Faktor Psikologis (X ₄)	78

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tabel 18 : Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	78
Tabel 19 : Hasil Uji Reabilitas Instrumen	80
Tabel 20 : Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	81
Tabel 21 : Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 22 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 23 : Hasil Uji Autokorelasi	84
Tabel 24 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	85
Tabel 25 : Hasil Uji Parsial (Uji T)	87
Tabel 26 : Hasil Uji F	88
Tabel 27: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Konsep Inti Pemasaran	11
Gambar 2 : Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3 : Logo Tokopedia	53
Gambar 4 : “Toped” Maskot Tokopedia	53
Gambar 5 : Bagan Perusahaan Tokopedia	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

