



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. 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

Universitas Islam Indragiri

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Waktu Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana data didapat dan digunakan untuk menganalisis penelitian tentang Analisis strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM kerupuk udang Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir (SWOT Analisis) menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian ini dapat menjelaskan seperti apa data tersebut nantinya.

Pendekatan kuantitatif berlandaskan pada pengukuran numerik atau bilangan (Junaidi, *et.al*, 2023). Mengumpulkan, mengolah dan menganalisa untuk menjadi bukti dan ujian untuk mencapai tujuan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di rumah pelaku UMKM Desa Tanah Merah Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2025 sampai bulan April 2026.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

3.2.1 Jenis data

Penelitian proposal ini masuk kedalam penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian yang menggunakan teknologi pengolahan data statistik dikenal dengan penelitian kuantitatif (Syafri, 2022:13).

3.2.2 Sumber data

Menurut Sanusi (2011:104), terdapat dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, yang dijelaskan sebagai berikut:



1. Data Primer

- a. Data primer adalah data yang pengumpulannya dilakukan secara langsung oleh peneliti.
- b. Peneliti memperoleh informasi langsung dari sumber awal atau lokasi objek penelitian (Hardani et al., 2020:401).
- c. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di Desa Tanah Merah.

2. Data Sekunder

- a. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung dari berbagai sumber pendukung (Hardani et al., 2020:401).
- b. Sumber data sekunder dapat berupa buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, tesis, perpustakaan, sumber tertulis, serta foto yang relevan dengan penelitian.
- c. Data ini digunakan untuk menunjang, memperkuat, dan melengkapi data primer.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di Desa Tanah Merah, Indragiri Hilir, yang berjumlah 30 UMKM.



Tabel
Identitas Responden

NO	Nama Pemilik	Nama Usaha	Pendidikan
1	Nurbaya	Kerupuk Udang	SD/MI
2	Hj. Siti Roidah	Kerupuk Udang Raodah	SMP/MTS
3	Fatmawati	Kerupuk Udang	SMA/MA/SMK
4	Fatmawati	Kerupuk Udang Patma	SD/MI
5	Siti Sahira	Kerupuk Loper	SMP/MTS
6	Hasbiah	Kerupuk Udang Dua I	SMA/MA/SMK
7	Cahaya	Kerupuk Udang Bersaudara	SD/MI
8	Erna	Kerupuk udang	SMP/MTS
9	Ririn	Kletrek Udang Iyin	SMA/MA/SMK
10	Rosa	Aneka Keripik Pisang & Keripik Udang	SD/MI
11	Ratu	Kerupuk Udang Ratu	SMP/MTS
12	Desti	Kerupuk Udang Bu Des	SMA/MA/SMK
13	Sarina	Aneka Olahan Udang	SD/MI
14	Puja	Kerupuk udang	SMP/MTS
15	Haryanti	Kerupuk Udang Renyah	SMA/MA/SMK
16	Mirel	Amplang Segar	SD/MI
17	Santi	Kerupuk udang	SMP/MTS
18	Tiara	Amplang Tiara	SMA/MA/SMK
19	Mirna	Kerupuk udang	SD/MI
20	Sari	Ampang Udang Bu Sari	SMP/MTS
21	Suci	Kerupuk Asin	SMA/MA/SMK

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

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.
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.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
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 Diindungi Undang-Undang

22	Rina	Kerupuk udang	SD/MI
23	Rini	Jajanan Keripik	SD/MI
24	Ranti	Kerupuk udang	SD/MI
25	Sindi	Kerupuk udang	SD/MI
26	Susan	Kerupuk Udang Barokah	SD/MI
27	Sumi	Aneka Keripik	SD/MI
28	Hj. Aini	Kerupuk & Keripik	SD/MI
29	Wati	Kerupuk Udang	SD/MI
30	Hj. Misda	Kerupuk Misda	SMA/MA/SMK

Sumber : Data Olahan, 2026

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena jumlah populasi hanya 30 UMKM, maka penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh (*census*), yaitu teknik penentuan sampel dengan menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah 1 UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah, sama dengan jumlah populasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi.

Universitas Islam Indragiri



Hak Cipta Diindungi 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. 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

a. Kuesioner

Kuesioner yang dapat dikirimkan secara pribadi atau *online*, adalah metode pengumpulan data dengan memberikan responden daftar pertanyaan tertulis untuk ditanggapi (Sugiyono, 2013: 142).

Penyertaan yang dirancang untuk mengetahui pengembangan strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM kerupuk udang desa tanah merah menggunakan analisis SWOT dengan alternatif sebagai berikut :

1 = Sangat kurang

2 = Kurang

3 = Cukup

4 = Baik

5 = Sangat Baik

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang mengurangi kesalahan dengan cara menelusuri buku atau dokumentasi pendukung lainnya. Dokumen dapat berupa teks, gambar atau jenis karya seni lainnya (Abdullah, 2014: 213)

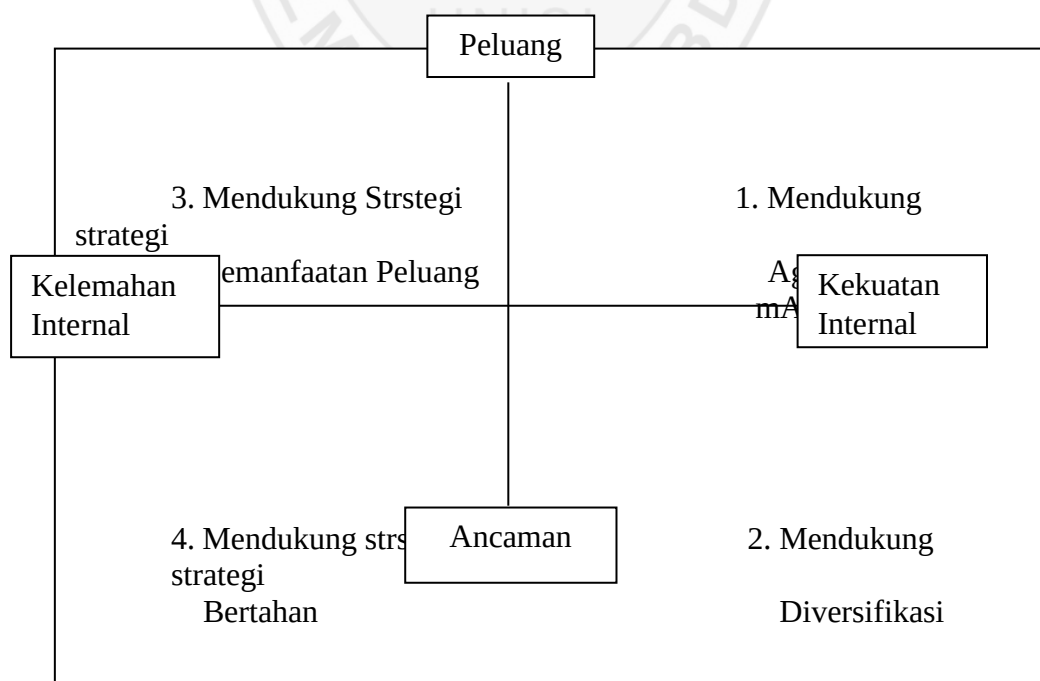
3.5 Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang akan digunakan oleh penulis untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya (Sanusi, 2017:115).

Analisis data adalah bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai dan menarik kesimpulan penelitian. Dalam

melakukan analisis data, dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dan data primer, kemudian dilakukan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Menurut Effendi (2011) dalam Ainun (Vol. 4 No. 1, 2018) Analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk menganalisis status organisasi, yang dapat menyeimbangkan kondisi internal yang dipresentasikan oleh keuntungan dan kerugian dengan peluang dan ancaman yang dibawa oleh lingkungan internal dan eksternal yang ada dengan hati-hati.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strength* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*) (Rangkuti, 2019:20).





Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan UMKM tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, UMKM ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk mendapatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk pasar).

Kuadran 3 : UMKM menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada *BCG Matrix*. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah – masalah internal UMKM sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal untuk memaksimalkan Kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*Opportunity*), serta meminimalkan Kelemahan (*Weakness*) dan Ancaman (*Threats*) dalam sebuah UMKM, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran maka digunakan tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*).



Adapun berikut ini dapat dilihat tabel EFAS (*Eksternal*) dan tabel IFAS (*internal*).

Tabel 3.1
Ekaternal Factor Anlysis Summary (EFAS)

Faktor – Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Peluang				
Ancaman				
Total				

Sumber : Rangkuti, 2019:27

Berikut ini adalah cara – cara penentuan faktor strategi eksternal (Rangkuti, 2019:25) :

- Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
- Beri bobot masing – masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor – faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi UMKM yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1. Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.



Hak Cipta Diindungi 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.
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

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi UMKM yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana UMKM tertentu beraksi terhadap faktor – faktor strategi eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan UMKM ini dengan UMKM lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 3.2
Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor – Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

Sumber : Rangkuti, 2019: 27

Berikut ini adalah cara – cara penentuan faktor strategi internal (Rangkuti, 2019:27) :

- a. Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan UMKM dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing – masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan faktor – faktor tersebut



Hak Cipta Diindungi 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. 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

terhadap posisi strategis UMKM. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

- c. Hitung rating (dalam kolom 3 untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi UMKM yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata – rata industri atau dengan utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya contohnya, jika kelemahan UMKM besar sekali dibandingkan rata – rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan UMKM dibawah rata – rata industri, nilainya adalah 4.
- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor – faktor tertentu dipilih, dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahnya skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi UMKM yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana UMKM tertentu bereaksi terhadap faktor – faktor strategis internalnya. Skor total ini dapat digunakan untuk membandingkan UMKM ini dengan UMKM lainnya dalam kelompok industri yang sama.



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. 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.

Menurut David (327:2009) Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting dan membantu para manajer mengembangkan 4 jenis strategi yaitu : Strategi SO (kekuatan peluang), Strategi WO (kelemahan peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan analisis SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik serta tidak ada satu pun paduan yang paling benar. *SO Strategies*, adalah memanfaatkan kekuatan internal UMKM untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren dan kejadian eksternal.

WO Strategies, bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Terkadang, peluang – peluang besar muncul tetapi UMKM memiliki kelemahan internal yang menghalanginya memanfaatkan peluang besar.

ST Strategies, adalah menggunakan kekuatan sebuah UMKM untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung dalam lingkungan eksternal.

WT Strategies, merupakan taktik *defensif* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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. 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

Tabel 3.3 Matriks SWOT		
Faktor-Faktor Internal (IFAS) Faktor-Faktor Eksternal (EFAS)	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Strategi SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Strategi yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Peluang (O)		
Ancaman (T)	Strategi (ST) Strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi (WT) Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Hunger, 2003:232

Matrik SWOT (dikenal juga dengan TOWS) menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan peluang – peluang dan ancaman – ancaman eksternal yang dihadapi suatu UMKM tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya, untuk menghasilkan 4 rangkaian alternatif strategis. Metode ini mengarah pada *brainstorming* untuk menciptakan strategi – strategi pertumbuhan



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. 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

maupun pengurangan. Matriks SWOT dapat diaplikasikan baik pada UMKM tunggal maupun multibisnis dan bahkan untuk unit bisnis (Hunger, 2003:232).

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM merupakan alat rekomendasi bagi ahli strategi untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Matrix QSPM digunakan menentukan alternatif strategi mana yang digunakan pada UMKM. Perhitungan QSPM dilakukan dengan mengalihkan nilai bobot dari masing-masing faktor kunci dengan nilai daya tarik (*attractiveness score*) strategi yang disebut TAS (*Total Attractiveness Score*). Hasil perkalian tersebut kemudian dijumlah (Sofyanurriyanti, Vol. 18 No. 01, 2017). Berdasarkan langkah-langkah diatas, maka QSPM diperoleh sebagai berikut.

Tabel 3.4
Quantitative Strategic Planning Matrix QSPM

Alternatif Strategi					
Faktor-faktor Utama	Bobot	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3	Strategi 4
Faktor-Faktor Eksternal					
S1					
S2					
S3					
S4					



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

W1					
W2					
W3					
W4					
Faktor-Faktor					
Internal					
O1					
O2					
O3					
T1					
T2					
T3					

Sumber : Sofyanurriyanti, 2017.