

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FLASH SALE* PADA PENGGUNA  
*MARKETPLACE SHOPEE***



Disusun Oleh:  
Putri Larassaty  
1125165031

**PSIKOLOGI**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana  
Psikologi.**

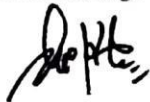
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
JULI 2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING  
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk  
*Flash Sale* pada Pengguna Marketplace Shopee

Nama Mahasiswa : Putri Larassaty  
NIM : 1125165031  
Program Studi : Psikologi  
Tanggal Ujian : 4 Agustus 2020

Pembimbing I




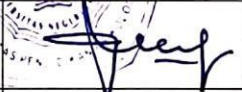



Dwi Kencana Wulan, M.Psi  
NIP. 198212122014042001

Pembimbing II



Lupi Yudhaningrum, M.Psi  
NIDK. 8802680018

**Panitia Ujian Sidang Skripsi**

Nama	Tandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)		25/08/2020
Dr. Gungum Gumelar F. R., M.Si (Wakil Penanggungjawab)		25/08/2020
Prof. Dr. Yufiarti (Ketua Penguji)		21 Agustus 2020
Dr. Gungum Gumelar F. R., M.Si (Anggota I)		21 Agustus 2020
Gita Irianda R.M., M.Psi (Anggota II)		21 Agustus 2020

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Putri Larassaty  
NIM : 1125165031  
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk *Flash Sale* pada Pengguna *Marketplace* Shopee**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2020.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 23 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Indeed what is to come will be better for you than what has gone by”

(Surah Ad-Duha:4).

“What’s yours will find you”

(Imam Ali Ibn Abi Talib (as)).

“What is meant for you, will reach you even if it is beneath two mountains. And what is not meant for you will not reach you even if it’s between your two lips”

(Imam Al-Ghazali)



Skripsi ini saya persembahkan untuk ibu saya yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan yang selalu ada disaat saya sedang dalam keadaan apapun itu, dan untuk adik saya satu-satunya yang selalu membantu, mendengarkan keluhan saya, dan selalu memberikan semangat kepada saya.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Larassaty  
NIM : 1125165031  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Pendidikan Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk  
*Flash Sale* pada Pengguna *Marketplace* Shopee”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Juli 2020

Yang menyatakan

  
(Putri Larassaty)

**PUTRI LARASSATY**

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FLASH SALE* PADA PENGGUNA  
*MARKETPLACE SHOPEE***

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri  
Jakarta, 2020.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif produk *flash sale* pada *marketplace* shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 300 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan ciri-ciri (1) wanita dewasa awal berusia 18-40 tahun, (2) domisili di DKI Jakarta, (3) pernah belanja di shopee saat diadakannya *flash sale*. Pengujian hipotesis ini menggunakan analisis regresi satu prediktor. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0.00 ( $p < 0.05$ ). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif produk *flash sale* pada *marketplace* shopee. Pembelian impulsif dipengaruhi oleh motivasi belanja hedonis sebesar 12.5%, yang artinya 87.5% dipengaruhi oleh faktor lain selain motivasi belanja hedonis.

Kata kunci: Motivasi Belanja Hedonis, Pembelian Impulsif

**PUTRI LARASSATY**

**THE EFFECT OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATIONS ON IMPULSE  
BUYING TENDENCY FLASH SALE PRODUCTS AT MARKETPLACE OF  
SHOPEE**

*Undergraduate Thesis*

*Jakarta: Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education State  
University of Jakarta, 2020*

**ABSTRACK**

*This study aims to examine the effect of hedonic shopping motivations on impulse buying tendency flash sale products at marketplace of shopee. This research is using quantitative methods. There were 300 participants in this research, by using purposive sampling technique with characteristics: (1) early adult women between 18-40 years old, (2) live in DKI Jakarta, (3) ever did shop at shopee when held a flash sale. This hypothesis testing is use one predictor regression analysis. The analysis results showed that the significance ( $p$ ) of 0.00 ( $p < 0.05$ ). Based on the results of data analysis obtained, there is the effect of hedonic shopping motivations on impulse buying tendency flash sale products at marketplace of shopee. Impulse buying is influenced by hedonic shopping motivations result is equally to 12,5%, which means 87,5% are influenced by other factors except hedonic shopping motivations.*

*Keywords: Hedonic Shopping Motivations, Impulse Buying Tendency*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karuanianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk *Flash Sale* pada Pengguna *Marketplace* Shopee”. Skripsi ini sebagai bukti pertanggungjawaban penulis dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi pada program studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari adanya berbagai bantuan, dukungan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Saya selaku peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, sebagai berikut:

1. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Dr. Lussy Dwiutami, M.Pd selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Jakarta, dan Ibu Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dwi Kencana Wulan, M.Psi selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan arahan, masukan serta saran, senantiasa berbagi ilmu, pengetahuan, dan informasi, memberikan semangat, dan banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Lupi Yudhaningrum, M.Psi selaku dosen pembimbing II yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan *feedback* terkait kekurangan-kekurangan yang ada pada skripsi ini, serta memberikan dorongan semangat dan mengingatkan untuk selalu *stay safe*.
4. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengetahuan serta



wawasan kepada peneliti selama menjalani proses perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.

5. Seluruh Staff Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan informasi-informasi akademik kepada peneliti selama peneliti menjalani proses perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
6. Ibu saya tercinta, yang telah membesarkan, mendidik saya sampai bisa berada pada tahap ini sekarang, menyusun tugas akhir yaitu skripsi. Ibu yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat serta selalu ada disaat saya dalam keadaan apapun itu.
7. Adik saya tercinta, Putri Shania Noor yang selalu mendengarkan keluhan saya, selalu ada disaat saya dalam keadaan apapun, memberikan dorongan dan semangat serta masukan kepada saya, yang banyak membantu saya selama ini.
8. Tante En, Kakak Suchay, Kakak Rizka, dan Adik Shareen yang banyak memberikan semangat dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman sepayungan skripsi saya yaitu Firly dan Nabila Yasmin, yang banyak berbagi masukan dan mengajarkan dan berbagi ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini, serta yang saling memberikan dukungan dan semangat satu sama lain.
10. Teman-teman semasa perkuliahan, yaitu Denni, Ayu, Rifka, Irine, Fauziah, Runa, Naila, Reza Feb, Aldy, Suci, Dini, Nabilah, dan Zahra yang menjadi teman baik semasa perkuliahan sampai pada tahap menyelesaikan skripsi, saling memberikan semangat dan dukungan. Terimakasih sudah mewarnai hari-hari saya selama masa perkuliahan dengan canda tawa dan gurau.
11. Tata, Tege, Rifka, Daariin, dan Safira, teman-teman yang saya kenal dari awal masuk perkuliahan dan sampai sekarang yang sedang sama sama berjuang juga menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman kelas F dan angkatan 2016 Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sama-sama berjuang selama masa perkuliahan 4 tahun ini.

13. Seluruh Responden yang telah membantu mengisi dan membantu menyebarkan kuesioner penelitian ini. Semoga dilancarkan segala urusannya.
14. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan serta jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun serta mendidik untuk perbaikan selanjutnya.

Jakarta, 23 Juli 2020

Putri Larassaty



## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Putri Larussaty  
NIM : 1125165031  
Fakultas/Prodi : Bimbingan Psikologi / Psikologi  
Alamat email : PutriLarussaty14@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul : Pengaruh Motivasi Belanja Heronis Terhadap  
Perilaku Pembelian Impulsif Produk Flash Sale Pada  
Pengguna Marketplace Shopee

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 September 2020

Penulis  
  
Putri Larussaty




## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah .....	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	14
1.6.2 Manfaat Praktis.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Variabel Terikat/ <i>Dependent Variable</i> .....	15



2.1.1	Definisi Perilaku Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying Behaviour</i> ) ..	15
2.1.2	Elemen Pembelian Impulsif .....	17
2.1.3	Proses Psikologis dalam Pembelian Impulsif.....	18
2.1.4	Karakteristik Perilaku Pembelian Impulsif .....	19
2.1.5	Tipe Pembelian Impulsif .....	20
2.1.6	Klasifikasi Pembelian Impulsif .....	21
2.1.7	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif .....	22
2.2	Tinjauan Pustaka Variabel Bebas/ <i>Independent Variable</i> .....	23
2.2.1	Definisi Motivasi Belanja Hedonis ( <i>Hedonic Shopping Motivations</i> ) ..	23
2.2.2	Aspek-Aspek Motivasi Belanja Hedonis .....	25
2.2.3	Dimensi Motivasi Belanja Hedonis .....	26
2.2.4	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Belanja Hedonis .....	28
2.3	Tinjauan Pustaka Mengenai Dinamika Pengaruh Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) dengan Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ).....	29
2.4	Kerangka Konseptual/Kerangka Pemikiran .....	31
2.5	Hipotesis .....	33
2.6	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Tipe Penelitian.....	36
3.2	Identifikasi Dan Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	36
3.2.1	Definisi Konseptual .....	37
3.2.2	Definisi Operasional .....	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel .....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40

3.5	Instrumen Penelitian Perilaku Pembelian Impulsif .....	41
3.6	Blue Print Instrumen <i>Impulse Buying Tendency</i> .....	43
3.7	Instrumen Penelitian Motivasi Belanja Hedonis .....	43
3.8	Blue Print Instrumen Motivasi Hedonis .....	44
3.9	Uji Coba Instrumen.....	45
3.9.1	Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Instrumen <i>Impulse Buying Tendency</i> .....	47
3.9.2	Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Instrumen Motivasi Belanja Hedonis 48	
3.10	Analisis Data .....	50
3.10.1	Uji Statistik.....	50
3.10.2	Analisis Deskriptif .....	50
3.10.3	Uji Normalitas .....	50
3.10.4	Uji Linearitas .....	51
3.10.5	Uji Korelasi .....	51
3.10.6	Uji Analisis Regresi .....	51
3.10.7	Hipotesis Statistik .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
4.1	Gambaran Responden/Subyek Penelitian .....	53
4.1.1	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Usia .....	53
4.1.2	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.2	Prosedur Penelitian .....	56
4.2.1	Persiapan Penelitian.....	56
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian.....	58
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian.....	58
4.3.1	Data Deskriptif Pembelian Impulsif .....	58
4.3.2	Data Deskriptif Motivasi belanja Hedonis.....	60



4.3.3	Uji Tabulasi Silang .....	63
4.3.4	Uji Normalitas .....	65
4.3.5	Uji Linearitas .....	66
4.3.6	Uji Korelasi .....	67
4.3.7	Uji Hipotesis .....	68
4.4	Pembahasan .....	70
4.5	Keterbatasan Penelitian .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN .....</b>		<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Implikasi .....	73
5.3	Saran .....	74
5.3.1	Saran untuk Responden Penelitian .....	74
5.3.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>82</b>



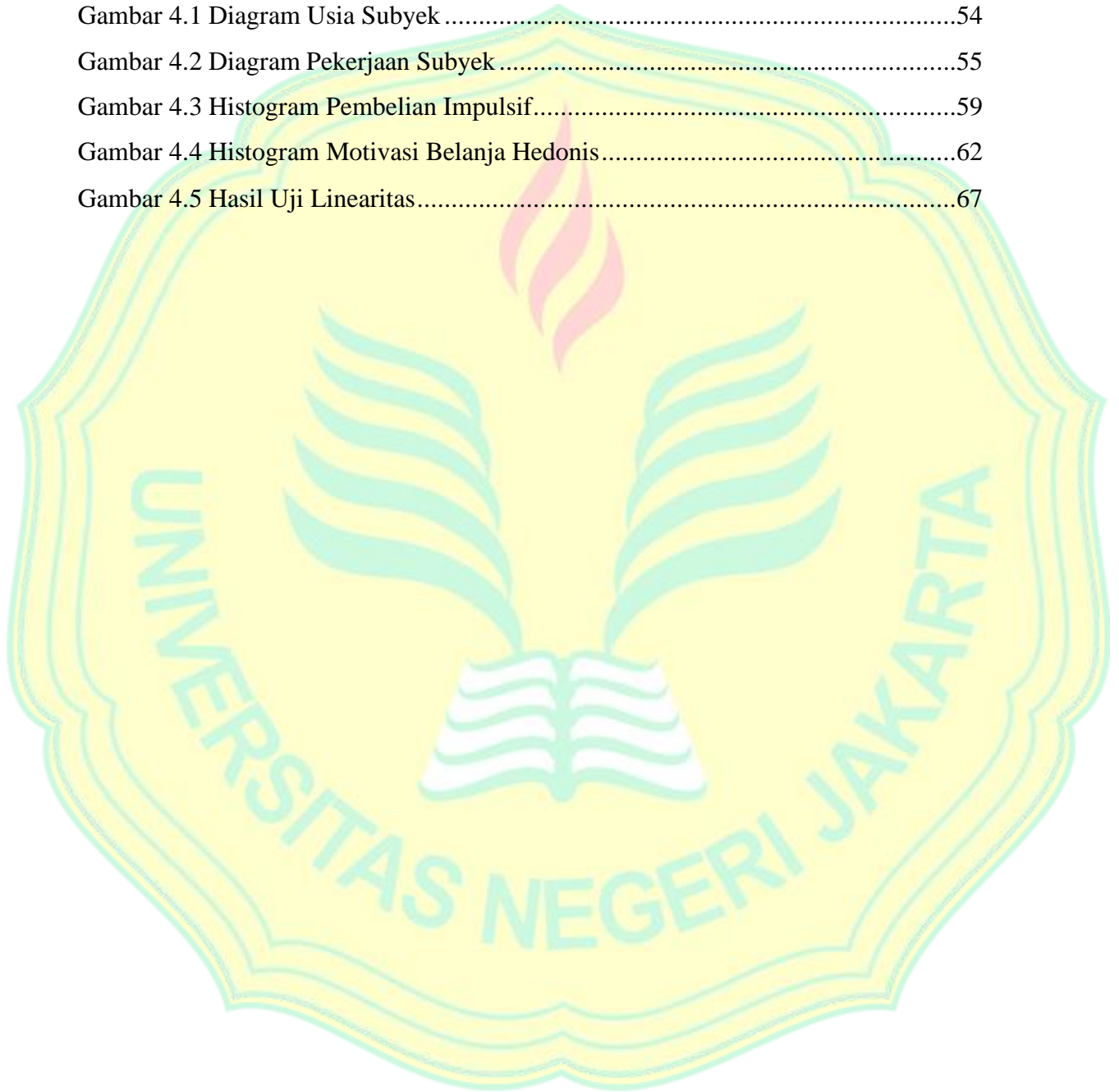
## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Keterangan Jawaban.....	42
Tabel 3.2 Blue Print Instrumen Impulse Buying Tendency .....	43
Tabel 3.3 Keterangan Jawaban.....	44
Tabel 3.4 Blue Print Instrumen Motivasi Hedonis .....	44
Tabel 3.5 Reliabilitas Guilford .....	46
Tabel 3.6 Blue Print Instrumen Impulse Buying Tendency .....	47
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 3.8 Blue Print Instrumen Motivasi Belanja Hedonis .....	49
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.1 Data Demografis Subyek Penelitian Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Data Demografis Subyek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.3 Data Deskriptif Pembelian Impulsif.....	58
Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Pembelian Impulsif .....	60
Tabel 4.5 Data Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis .....	61
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Motivasi Belanja Hedonis .....	63
Tabel 4.7 Data Tabulasi Silang Pembelian Impulsif .....	63
Tabel 4.8 Data Tabulasi Silang Motivasi Belanja Hedonis .....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi.....	67
Tabel 4.12 Uji Persamaan Regresi.....	69
Tabel 4.13 Model Summary.....	69
Tabel 4.14 Uji Signifikansi Keseluruhan.....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dinamika Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Flash Sale Pada Pengguna Marketplace Shopee .....	32
Gambar 4.1 Diagram Usia Subyek .....	54
Gambar 4.2 Diagram Pekerjaan Subyek .....	55
Gambar 4.3 Histogram Pembelian Impulsif.....	59
Gambar 4.4 Histogram Motivasi Belanja Hedonis.....	62
Gambar 4.5 Hasil Uji Linearitas.....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Coba Reliabilitas .....	82
Lampiran 2. Hasil Uji Coba Validitas .....	82
Lampiran 3. Data Deskriptif.....	84
Lampiran 4. Kategorisasi Skor.....	85
Lampiran 5. Uji Normalitas Data .....	86
Lampiran 6. Histogram .....	87
Lampiran 7. Uji Linearitas .....	90
Lampiran 8. Uji Korelasi.....	90
Lampiran 9. Uji Hipotesis.....	90
Lampiran 10. Instrumen Pembelian Impulsif.....	92
Lampiran 11. Intstrumen Motivasi Belanja Hedonis.....	93
Lampiran 12. Hasil Form.....	94
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup .....	95