

**PENGARUH *LIVE STREAMING* DAN *FLASH SALE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* MELALUI *POSITIVE EMOTION* PADA PRODUK BITTERSWEET
BY NAJLA DI PLATFORM TIKTOK SHOP**



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Oleh :

ALEISYA AULIA RACHMAH

1707622056

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING AND FLASH SALE ON IMPULSE
BUYING MEDIATED BY POSITIVE EMOTION ON BITTERSWEET BY
NAJLA PRODUCT ON THE TIKTOK SHOP PLATFORM***



Intelligentia - Dignitas

This thesis is compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.

By :

ALEISYA AULIA RACHMAH

1707622056

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

ABSTRAK

Aleisya Aulia Rachmah, 2026: Pengaruh *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion* pada Produk Bittersweet by Najla di Platform TikTok Shop. Skripsi, Jakarta: Program Studi S-1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dita Puruwita, M.Si., Ph.D. dan Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.

Perkembangan TikTok Shop melalui fitur *live streaming* dan *flash sale* mendorong meningkatnya *impulse buying* yang dipengaruhi oleh *positive emotion* konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *live streaming* dan *flash sale* terhadap *impulse buying* melalui *positive emotion* pada konsumen produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM menggunakan SmartPLS 4 terhadap 130 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming*, *flash sale*, dan *positive emotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Selain itu, *live streaming* dan *flash sale* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *positive emotion*. *Positive emotion* terbukti memediasi secara parsial pengaruh *live streaming* dan *flash sale* terhadap *impulse buying*. Temuan ini memperkuat teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) bahwa stimulus pemasaran mampu membangkitkan emosi positif yang mendorong pembelian impulsif.

Kata kunci: *Live Streaming, Flash Sale, Positive Emotion, Impulse Buying, TikTok Shop.*

ABSTRAK

Aleisya Aulia Rachmah, 2026: *The Influence of Live Streaming and Flash Sales on Impulse Buying Through Positive Emotion: A Study of Bittersweet by Najla Products on the TikTok Shop Platform*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S-1 Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dita Puruwita, M.Si., Ph.D. dan Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.

The rapid development of TikTok Shop through its live streaming and flash sale features has increased impulse buying, which is influenced by consumers' positive emotions. This study aims to analyze the influence of live streaming and flash sales on impulse buying through positive emotion among consumers of Bittersweet by Najla products on TikTok Shop. This study employed a quantitative approach using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4. The sample consisted of 130 respondents selected using purposive sampling. The results indicate that live streaming, flash sales, and positive emotion have a positive and significant effect on impulse buying. In addition, live streaming and flash sales also have a positive and significant effect on positive emotion. Furthermore, positive emotion partially mediates the relationship between live streaming and impulse buying, as well as between flash sales and impulse buying. These findings reinforce the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory, demonstrating that marketing stimuli can evoke positive emotions that ultimately encourage impulse buying.

Keywords : *Live Streaming, Flash Sale, Positive Emotion, Impulse Buying, TikTok Shop.*

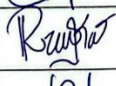
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aleisya Aulia Rachmah
NIM : 1707622056
Program Studi/Fakultas : S1 Pendidikan Bisnis/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap *Impulse Buying* Melalui *Positive Emotion* pada produk Bittersweet by Najla di Platform Tiktok Shop

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus**
Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 20 Juli 2026.

Tim Penguji,

Ketua	Prof. Dr.Corry Yohana, MM	
	NIP. 195909181985032011	
Sekretaris	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 199302202019032022	
Penguji Ahli	Rizka Zakiah, M.Pd.	
	NIP. 1994011820232112040	
Pembimbing 1	Dita Puruwita, M. Si, Ph.D.	
	NIP. 198209082010122004	
Pembimbing 2	Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.	
	NIP. 19901221024062001	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN. 0027067204


Dita Puruwita, M. Si, Ph.D.
NIDN. 0008098205

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Aleisya Aulia Rachmah
NIM : 1707622056
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Pengaruh Live Streaming dan Flash Sale terhadap Impulse Buying terhadap Positive Emotion pada produk Bittersweet by Najla di Platform Tiktok Shop.

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 7 Agustus 2026
Yang menyatakan,



(Aleisya Aulia Rachmah)
NIM. 1707622056

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Aleisya Aulia Rachmah
NIM : 1707622056
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : aleisyaaulia856@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 Live Streaming dan Flash Sale terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion pada Produk Bittersweet by Najla di platform Tiktok Shop.

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, 21 Juli 2026

Penulis

(Aleisya Aulia Rachmah)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227
Laman unj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR BENTUK SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aleisya Aulia Rachmah
NIM : 1707622056
Judul Penelitian : Pengaruh *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion* pada produk Bittersweety by Najla di Platform Tiktok Shop.

ini telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian tugas akhir.

Jakarta, 3 Agustus 2026
Pembimbing I

Dita Puruwita, M. Si, Ph.D.
NIP. 198209082010122004

Pembimbing II

Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19901221024062001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Live Streaming* dan *Flash Sale* terhadap *Impulse Buying* melalui *Positive Emotion* pada produk Bittersweet by Najla di Platform Tiktok Shop”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Irma Irawati, ibu tercinta, Brilliant Ramadhan, adik tersayang, serta Soraya Brillianty dan Dhana Rahmawati, kakak penulis, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, semangat, dan motivasi. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kepercayaan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada kalian semua.
2. Sebagai bentuk penghormatan dan rasa cinta, penulis selalu mengenang almarhum ayah tercinta Arief Rachman Hakim. Meski beliau telah lama berpulang, kasih sayang, doa, dan pelajaran hidup yang beliau tinggalkan terus menjadi kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam meraih setiap langkah hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
4. Ibu Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

sekaligus Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan kesabaran selama proses penyusunan skripsi.

5. Bapak Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, kritik, saran, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis, atas ilmu, bimbingan, dan pengalaman yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Staf Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu kelancaran administrasi penulis selama masa studi, serta selalu memberikan informasi yang bermanfaat dan mendukung.
8. Teruntuk Felisha Diensy A dan Nur Alfianti, kakak tingkat terbaik penulis, terima kasih karena selalu menjaga komunikasi, memberikan motivasi, dukungan, dan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur atas kehadiran Ka Fel dan Ka Nur yang selalu meluangkan waktu untuk membantu, menemani setiap proses, serta memberikan banyak kenangan berharga. Terima kasih atas segala perhatian dan kebaikan yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk Neyla Adaira Sujono dan Siti Nurhasanah, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir untuk mendengarkan setiap keluhan, memberikan semangat di saat penulis merasa lelah, menguatkan ketika rasa putus asa datang, serta selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan semua proses ini. Kehadiran, doa, perhatian, dan dukungan tulus kalian menjadi salah satu alasan penulis mampu bertahan dan menyelesaikan setiap proses ini. Semoga segala kebaikan yang telah kalian berikan dibalas dengan keberkahan, kebahagiaan, dan kemudahan oleh Allah SWT.Seluruh
10. Keluarga ssevenofsubtle, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, persahabatan, kepedulian,

dan dukungan yang selalu diberikan. Kehadiran kalian telah menghadirkan banyak kenangan indah, semangat, dan cerita yang mewarnai masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga tali silaturahmi dan kebersamaan yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik di masa yang akan datang.

11. Kepada teman-teman PSDM, terima kasih telah hadir dan mengisi perjalanan perkuliahan penulis dengan begitu banyak cerita, tawa, dan pengalaman yang berharga. Kehadiran kalian telah mewarnai masa-masa kuliah sehingga menjadi kenangan yang akan selalu penulis ingat. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama ini. Semoga persahabatan dan tali silaturahmi kita tetap terjaga hingga kapan pun
12. Mba Gadis dan Ka Atika, yang telah memberikan bantuan, kepedulian, dan dukungan, khususnya pada semester enam. Terima kasih atas segala kebaikan yang menjadi penyemangat bagi penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman-teman Kopi Kenangan dan rekan kerja, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya
14. Untuk seseorang yang namanya tidak dapat saya sebutkan, terima kasih telah menjadi salah satu alasan yang membuat saya semakin termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, walaupun mental saya sempat naik turun hingga membuat saya menyerah, menghilang dari kampus, dan berhenti mengerjakan skripsi, dari semua hal tersebut saya justru belajar untuk bangkit kembali. Terima kasih, karena tanpa disadari, segala luka, kecewa, dan keterpurukan justru menjadi dorongan untuk kembali melangkah dan membuktikan bahwa saya mampu menyelesaikan apa yang telah saya mulai. Pada akhirnya, semua yang membuat saya berhenti justru menjadi alasan saya sampai di titik ini.

DAFTAR ISI

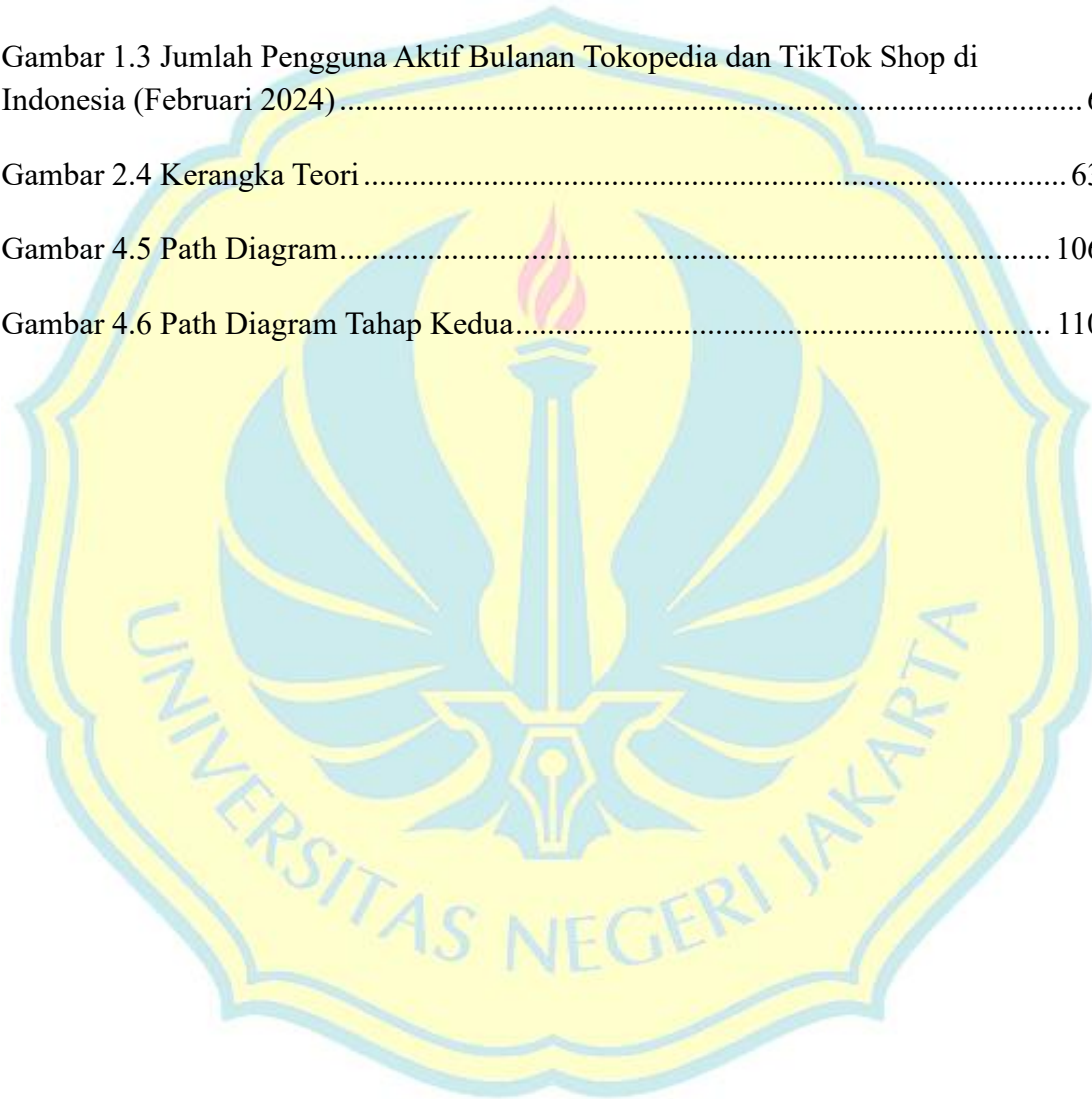
ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	xvi
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	23
1.3. Tujuan Penelitian.....	24
1.4. Manfaat Penelitian.....	25
1.4.1. Manfaat Teoritis	25
1.4.2. Manfaat Praktis	25
BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
2.1. Teori Pendukung.....	27
2.1.1. <i>Live Streaming</i>	29
2.1.2. <i>Flash Sale</i>	33
2.1.3. <i>Positive Emotion</i>	36
2.1.4. <i>Impulse Buying</i>	38
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	41
2.3. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	49
2.3.1. Pengembangan Hipotesis	49
2.3.2. Kerangka Teori dan Perumusan Hipotesis	63
BAB III METODE PENELITIAN	65

3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	65
3.2.	Desain Penelitian	66
3.2.1.	Metode Penelitian.....	66
3.3.	Populasi dan sample	67
3.3.1.	Populasi	67
3.3.2.	Sample.....	69
3.4.	Pengembangan Instrumen	71
3.4.1.	<i>Live Streaming</i>	71
3.4.2.	<i>Flash Sale</i>	74
3.4.3.	<i>Impulse Buying</i>	77
3.4.4.	<i>Positive Emotion</i>	80
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	82
3.6.	Teknik Analisis Data.....	83
3.6.1.	Outer Model (Measurement Model)	84
3.6.2.	Inner Model (Structural Model).....	87
3.6.3.	Path Coefficients (Uji Hipotesis)	89
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1.	Deskripsi Data	91
4.1.1.	Deskripsi Profil Responden.....	91
4.1.2.	Analisis Deskriptif	95
4.2.	Hasil.....	106
4.2.1.	<i>Evaluation of Measurament (Outer Model)</i>	106
4.2.2.	<i>Evaluation of Structural Model (Inner Model)</i>	116
4.2.3.	Pengujian Hipotesis.....	122
4.3.	Pembahasan	129
4.3.1.	Pengaruh <i>Live Streaming</i> (LS) terhadap <i>Impulse Buying</i> (IB) pada konsumen produk Bittersweet by Najla di platform Tiktok Shop.	129
4.3.2.	Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop	131

4.3.3. Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap <i>positive emotion</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di Tiktok Shop.	133
4.3.4. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Positive Emotion</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop.....	136
4.3.5. Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop	138
4.3.6. Pengaruh <i>Live Streaming</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> melalui <i>Positive Emotion</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop.	140
4.3.7. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Positive Emotion</i> melalui <i>Impulse Buying</i> pada Konsumen Produk Bittersweet by Najla di TikTok Shop.....	143
BAB V PENUTUP	146
5.1. Kesimpulan.....	146
5.2. Implikasi Penelitian.....	147
5.3. Keterbatasan Penelitian	150
5.4. Rekomendasi bagi Peneliti Selanjutnya	151
DAFTAR PUSTAKA.....	153
LAMPIRAN - LAMPIRAN	169

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform e- commerce terpopuler di Indonesia	2
Gambar 1.2 Platform e-commerce yang paling banyak digunakan di Indonesia	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan TikTok Shop di Indonesia (Februari 2024)	6
Gambar 2.4 Kerangka Teori	63
Gambar 4.5 Path Diagram.....	106
Gambar 4.6 Path Diagram Tahap Kedua.....	110



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Komentar pengguna karena Impulse Buying terhadap Produk Bittersweet by Najla	10
Tabel 1.2 Fenomena komentar pengguna karena live Tiktok Bittersweet by Najla....	13
Tabel 1.3 Fenomena komentar pengguna karena Flash Sale produk Bittersweet by Najla	16
Tabel 1.4 Fenomena komentar pengguna karena Positive Emotion produk Bittersweet by Najla	19
Tabel 2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.6 Timeline Penelitian.....	66
Tabel 3.7 Intrumen Variabel Live Streaming	72
Tabel 3.8 Intrumen Variabel Flash Sale	75
Tabel 3.9 Intrumen Variabel Impulse Buying	78
Tabel 3.10 Intrumen Variabel Positive Emotion	81
Tabel 3.11 Skor Skala Likert Type	83
Tabel 3.12 Rule of Thumb Inner Model.....	88
Tabel 4.13 Profil Responden Jenis Kelamin	92
Tabel 4.14 Profil Responden Usia.....	93
Tabel 4.15 Profil Responden Domisili.....	93
Tabel 4.16 Profil Responden Jenis Pekerjaan	94
Tabel 4.17 Analisis Dskriptif Live Streaming.....	96
Tabel 4.18 Analisis Dskriptif Flash Sale	98

Tabel 4.19 Analisis Dskriptif Impulse Buying.....	101
Tabel 4.20 Analisis Dskriptif Positive Emotion.....	104
Tabel 4.21 Outer Loadings.....	108
Tabel 4.22 Outer loadings Tahap Kedua.....	110
Tabel 4.23 Average Variance Extracted (AVE).....	112
Tabel 4.20 Fornell-Larcker Criterion.....	113
Tabel 4.25 Composite Reliability dan Cronbach Alpha.....	115
Tabel 4.26 Tabel Hasil Nilai (R^2).....	117
Tabel 4.27 Hasil Nilai F- Square (f^2).....	118
Tabel 4.28 Hasil Nilai Variance Inflation Factor (VIF).....	121
Tabel 4.29 Tabel Path Coeffienct.....	122
Tabel 4.30 Hasil Uji Spesific Indirect Effects (Mediasi).....	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	170
Lampiran 2. Surat Persetujuan Seminar Proposal Skripsi	171
Lampiran 3. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	172
Lampiran 4. Kartu Konsultasi Bimbingan Seminar Proposal.....	173
Lampiran 5. Saran dan Perbaikan Sidang Skripsi	174
Lampiran 6. Saran dan Perbaikan Seminar Proposal Skripsi.....	175
Lampiran 7. LoA Bukti Penerbitan Artikel Ilmiah.....	177
Lampiran 8. Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Realibilitas	178
Lampiran 9. Tabulasi Hasil Data Responden Uji Validitas dan Realibilitas	186
Lampiran 10. Instrumen Penelitian Final	192
Lampiran 11. Tabulasi Hasil Data Responden Final	199
Lampiran 12. Hasil Turnitin.....	220
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup.....	221