

C-28

by Wahyu Prastiwi

Submission date: 24-May-2023 12:40PM (UTC+0700)

Submission ID: 2100623247

File name: Tur_C-28.pdf (11.56M)

Word count: 2042

Character count: 13151

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN INSEKTISIDA PADA PETANI DI KABUPATEN GROBOGAN

A. N. Ana⁸, D. Sumarjono dan W. D. Prastiwi
Program Studi Agribisnis Departemen Pertanian
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
Semarang, Jawa Tengah, Indonesia
alifna_ana@yahoo.com

ABSTRAK

Insektisida penting dalam budidaya tanaman untuk mengatasi serangan hama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian insektisida pada petani di Kabupaten Grobogan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2017. Lokasi penelitian ditentukan dengan *multistage sampling*, dan penentuan responden menggunakan metode *purposive sampling*. Metode penelitian adalah survey dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Analisis data meliputi analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi logistic untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Faktornya adalah tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, saran dari kelompok, harga produk, ketersediaan produk, promosi dan pendampingan sales. Hasil penelitian menemukan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk insektisida, secara serempak faktor pembelian kurang dapat menjelaskan peluang pembelian (59,99%). Disarankan tingkat harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas, serta selalu ada pendampingan dan promosi.

Kata kunci : insektisida, keputusan pembelian, peluang pembelian.

Latar Belakang

Pada budidaya tanaman pertanian dibutuhkan input dan sarana produksi yang memadai agar mendapatkan hasil optimal. Salah satu input proses produksi adalah penggunaan insektisida sebagai pencegah dan pembasmi hama tanaman selama pertumbuhan. Oleh karena itu penjualan insektisida merupakan bisnis yang menguntungkan dan memiliki jangkauan pasar luas mengingat sebagian besar penduduk Indonesia bekerja sebagai petani. *Indonesian Organic Farming Certification* (INOFICE) mencatat pada tahun 2015 terdapat 3.459 formula yang digunakan sebagai komposisi pestisida. Hal ini menunjukkan peningkatan signifikan karena tercatat pada tahun 2006 hanya terdapat 1.300 formula. Keputusan pembelian pada penelitian ini memperhatikan aspek dari segi produk dan dari segi personal konsumen itu sendiri. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau

lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2003). Peredaran produk insektisida di pasar sangat beragam, baik dari segi ukuran, harga maupun cara promosi meskipun kandungan formulanya hampir serupa sehingga mengharuskan konsumen lebih jeli dalam menentukan pilihan. Faktor dari segi petani yang berpengaruh adalah pendapatan, karena hal ini menentukan berapa harga produk insektisida yang dipilih, kemudian faktor pendidikan dan pengaruh saran dari anggota kelompok tani yang lainnya. Faktor produk yang ditinjau adalah harga, ketersediaan, promosi dan pendampingan sales. Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen memilih barang pernah dilakukan oleh Riamawahyu (2010) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi reaksi konsumen dalam penggunaan produk insektisida dengan variabel independen (x) produk, harga, dan promosi. Penelitian serupa juga telah dilaksanakan oleh Isaskar, *et.al* (2010)

mengenai petani jagung dalam memilih jenis insektisida yang akan digunakan mempertimbangkan merk, mutu, harga, sifat produk, dan kemasan. Berdasarkan uraian diatas rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah apakah faktor-faktor (pendapatan, pendidikan, saran kelompok, ketersediaan, harga, promosi dan pendampingan) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen produk insektisida di Kabupaten Grobogan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 25 Januari – 26 Februari 2017. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *Multistage Sampling* dengan tiga tahap. Tahap pertama penentuan lokasi penelitian berdasarkan penghasil padi sawah tertinggi dan penghasil padi sawah terendah masing-masing satu kecamatan. Berdasarkan metode penentuan lokasi, kecamatan yang dipilih adalah Kecamatan Godong dan Kecamatan Kedungjati. Tahap kedua dipilih sampel anggota aktif dari kelompok tani yang maju dengan kategori: aktif mengadakan pertemuan bulanan dan mudah mengadopsi teknologi baru. di Kecamatan Godong dan Kecamatan Kedungjati Kabupaten Grobogan. Tahap ke tiga observasi mengenai produk insektisida apa yang sering digunakan di daerah tersebut. Hasil pengamatan menyatakan bahwa Spontan merupakan merk unggul di Kecamatan Godong, sedangkan di Kecamatan Kedungjati petani lebih sering menggunakan merk Bima. Dua merk tersebut secara sengaja dijadikan peluang keberhasilan pembelian.

Penelitian dilakukan dengan memberikan kuisioner pada 120 responden petani. untuk mengukur respon petani digunakan skor. Dari jawaban kuisioner berikutnya di analisis secara deskriptif dan di analisis menggunakan regresi logistik dengan persamaan (Ghozali, 2011) :

$$Y = \frac{P}{1-P} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k \dots\dots\dots(1)$$

- Ket :
- $Y = \frac{P}{1-P}$ = Peluang Keputusan pembelian
 - X1 = Tingkat pendidikan (skor)
 - X2 = Tingkat pendapatan (skor)
 - X3 = Pengaruh Saran dari kelompok (skor)
 - X4 = Harga (skor)
 - X5 = Ketersediaan produk (skor)
 - X6 = Promosi (skor)
 - X7 =Pendampingan Sales (skor)

Hasil dan Pembahasan

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan di Kabupaten Grobogan dengan jumlah responden 120 petani diketahui bahwa sebanyak 76,7% responden berjenis kelamin laki-laki, dan 23,3% responden berjenis kelamin perempuan dengan usia terbanyak di rentan 40 – 60 tahun, dan tingkat pendidikan secara berturut-turut 46,7% SD, 28,3% SMP, dan 21,7% SMA. Sebanyak 85% responden memiliki luas lahan pertanian kurang dari 1 Ha. Pendapatan kotor yang didapat responden per musim tanam dikisaran 0-Rp 5.000.000,00 sebanyak 73,3% dan sebesar 26,7% responden berpendapatan Rp 5.100.000,00 – Rp 15.000.000,00.

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik pada faktor – faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian insektisida pada petani diketahui harga berpengaruh secara parsial dalam keputusan pembelian petani (Tabel 1), dan variabel independen hanya dapat menjelaskan faktor-faktor pengaruh keputusan pembelian sebesar 59,99% (Tabel 1).

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Logistik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Produk Insektisida di Kabupaten Grobogan

Variabel	Koefisien (B)	Wald	P-Value (sig.)	Odds Ratio (Exp(B))
Constanta	-22,402	0	99,8	0
Pendapatan	-0,371	0,415	0,52	0,69
Pendidikan	-0,46	0,024	0,876	0,955
Pengaruh Saran	-0,71	0,002	0,967	0,983
Ketersediaan	-0,955	2,9	0,089	0,385
Harga	1,936	24,529	0	6,929
Promosi	0,799	1,091	0,296	2,223
Pendampingan	21,065	0	0,998	1,4107
Nagel-kerke R Square				0,5999

Sumber: Data Primer Penelitian, 2017.

Pada Tabel 1. nilai *odds ratio* secara berturut-turut pada tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pengaruh saran, ketersediaan, harga, promosi dan pendampingan sales adalah 0,69; 0,955; 0,983; 0,385; 6,929; 2,223 yang berarti ada kesempatan besar pembelian oleh pengaruh faktor independen karena nilai *odds ratio* faktor independen lebih dari nol. Sebagai contoh semakin tinggi tingkat promosi dan pendampingan sales diadakan maka peluang pembelian merk insektisida utama lebih tinggi 6,929% dan 2,223% dibandingkan dengan pembelian merk insektisida lainnya jika tingkat promosi dan pendampingan sales meningkat 1%. Hal ini sesuai dengan penelitian Devi dan Hartono (2015) bahwa ketika nilai *odds ratio* sebesar 1,458% yang berarti bahwa peluang keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik lebih tinggi 1,458% dibandingkan dengan konsumen yang memutuskan membeli sayuran nonorganik jika tingkat pendidikan formal meningkat 1%.

Secara parsial pada Tabel 1. hanya harga yang berpengaruh secara nyata terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sesuai pendapat Tjiptono (2008) bahwa konsumen dalam keputusan pembelian akan mempertimbangkan harga, konsumen sangat membutuhkan informasi akan harga, dan dari informasi yang didapat akan mempengaruhi perilaku konsumen. Sedangkan nilai koefisien harga (Tabel 1) menunjukkan angka positif 1,936 yang berarti semakin tinggi harga maka nilai peluang pembelian semakin besar. Hasil ini tentu bertentangan dengan penelitian Riamawahyu (2010) bahwa harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga semakin murah harga maka keputusan pembelian semakin tinggi pula.

Jika semakin tinggi harga semakin tinggi peluang pembelian berarti citra harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk insektisida karena konsumen cenderung beranggapan bahwa apabila harga lebih tinggi maka kualitas yang ditawarkan juga lebih baik. Sehingga perusahaan harus lebih jeli dalam penetapan harga. Menurut Tjiptono (2008) tujuan penetapan harga yang berorientasi pada citra

harus membentuk atau menetapkan citra prestisius sehingga meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

Pada percobaan peluang estimasi regresi logistik dimisalkan seseorang akan membeli produk insektisida dengan karakteristik variable X golongan 1 dan 3. Golongan 1 adalah katagori pengukuran variable skor rendah dan golongan 3 adalah variable skor tinggi. Lebih jelasnya seperti tabel-tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Estimasi Parameter Regresi Log 1

Varia bel	Keterangan	Karakteristik konsumen
X1	Pendidikan	Tamat SD
X2	Pendapatan	≥ Rp 5.000.000,00
X3	Pengaruh saran	Tidak Mempengaruhi
X4	Ketersediaan	Tersedia
X5	Harga	Rp 21.000,00 – Rp 40.000,00
X6	Promosi	Tidak Ada
X7	Pendampingan Sales	Tidak Sering
Nilai Peluang		0.104

Berdasarkan Tabel 2. diketahui nilai peluang keberhasilan pembelian adalah 0,104. Angka tersebut menunjukkan peluang kecil karena jauh dari nilai 1. Hal ini berarti seorang petani responden dengan tingkat pendidikan SD, pendapatan per musim tanam berkisar 0 – Rp 5.000.000,00 dengan harga produk yang dibeli Rp 21.000 – Rp 40.000,00, ketersediaan produk tersedia di pasaran, tidak ada promosi dan tidak sering dilakukan pendampingan sales serta tidak dipengaruhi saran oleh kelompok tani memiliki peluang pembelian kecil. Berbeda dengan estimasi parameter regresi logistik ke 2 (Tabel 3) yang menggambarkan seorang petani responden dengan tingkat pendidikan lebih tinggi yaitu tamat SMA, berpendapatan kotor Rp 15.100.000,00 – Rp 25.000.000,00 per musim tanam, terpengaruh oleh saran kelompok tani, ketersediaan barang di pasar dinilai tersedia, dan mampu membeli produk insektisida kisaran harga Rp 41.000,00 – Rp 60.000,00 dengan adanya promosi dan pendampingan oleh sales

memiliki nilai peluang keberhasilan pembelian sebesar 1 yang berarti kemungkinan pembelian tinggi.

Tabel 3. Estimasi Parameter Regresi Log 2

Variabel	Keterangan	Karakteristik konsumen
X1	Pendidikan	Tamat SMA
X2	Pendapatan	Rp 15.100.000,00 – Rp 25.000.000,00
X3	Pengaruh saran	Mempengaruhi
X4	Ketersediaan	Tersedia
X5	Harga	Rp 41.000,00 – Rp 60.000,00
X6	Promosi	Ada
X7	Pendamping-an Sales	Sering
Nilai Peluang		1

Sumber: Data Primer Penelitian, 2017.

Pada estimasi parameter regresi logistik diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan menunjukkan semakin besar nilai peluang pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian Devi dan Hartono (2015) mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik bahwa semakin tinggi jumlah pendapatan maka semakin tinggi peluang konsumen untuk memutuskan membeli sayuran organik dan pendidikan secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi pola pikir seseorang dalam memilih produk konsumsi.

Saran kelompok acuan juga mempengaruhi nilai peluang pembelian. Petani konsumen yang terpengaruh oleh saran kelompok tani memiliki peluang pembelian lebih besar daripada petani konsumen yang tidak terpengaruh oleh saran kelompok taninya. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Mustikarini, *et.al* (2014) bahwa kelompok acuan memiliki hubungan positif dengan kepuasan penggunaan pestisida. Didukung pernyataan Rorlen (2007) bahwa kelompok acuan dapat mempengaruhi perilaku individu dengan memberitahukan dan mengusahakan agar individu menyadari

adanya suatu produk atau merk khusus dan membenarkan keputusan memakai produk yang sama dengan kelompok.

Pengaruh promosi berupa pemberian hadiah dan pendampingan sales juga mempengaruhi nilai peluang pembelian. Petani konsumen yang mendapatkan hadiah dan pendampingan sales menunjukkan peluang pembelian lebih besar daripada petani konsumen yang tidak mendapatkan hadiah dan pendampingan sales. Hal ini menunjukkan adanya promosi akan mempengaruhi jumlah penjualan produk perusahaan. Rismawahyu (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pestisida. Hasil ini juga didukung oleh pernyataan Tjiptono (2008) bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran karena promosi merupakan proses pengenalan produk kepada konsumen dan menjadikan konsumen yakin dalam membeli produk tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan harga berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian. 59,9% variabel independen dapat menerangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peningkatan variabel independen (x) dapat meningkatkan peluang pembelian, sehingga disarankan kepada perusahaan untuk melakukan promosi dan pendampingan baik secara berkala maupun rutin guna meningkatkan penjualan produk, akan lebih baik lagi jika pendampingan sales diikuti dengan pemberian edukasi kepada petani konsumen dalam penggunaan produk.

Referensi

- [1] Devi, S.R.M., G. Hartono. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sayuran Organik. *J. Ilmu Pertanian*. 27 : 1 – 2.
- [2] Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- [3] Isaskar, R., Wahib, A., & Afriana, R. (2010). Analisis Preferensi Petani Jagung terhadap Insektisida *seed treatment*. *AGRISE*. **10** (3) : 226 – 237.
- [4] Mustikarini, F., Retnaningsih dan M. Simanjuntak. 2014. Kepuasan dan Loyalitas Petani terhadap Pestisida. *J. Ilm. Kel. & Kons.* **7** (2) : 97 – 102.
- [5] Riamawahyu, Munalita. 2010. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Reaksi Konsumen Produk Pestisidaa Biotis di CV Reka Sarana Sejahtera. Program Manajemen Universitas Negeri Semarang. Semarang. (skripsi).
- [6] Rorlen. 2007. Peran kelompok acuan dan keluarga terhadap proses keputusan pembelian. *J. Bisnis dan Manajemen*.
- [7] Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Prenada Media, Jakarta.
- [8] Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Penerbit ANDI, Yogyakarta.

16%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** Muhammad Tauhid, Salim Basalamah, Ilham Labbase. "Pengaruh Kebijakan Harga, Distribusi, Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Semen Bosowa di Kabupaten Tana Toraja", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2020 2%

Publication
- 2** Aqbila Fadhliya, Sri Wahyuningsih, Hendri Wibowo, Aniya Widiyani. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Teh Jawa pada Masyarakat Kabupaten Pekalongan", Proceedings Series on Physical & Formal Sciences, 2021 2%

Publication
- 3** R. Rizal Isnanto, Achmad Hidayatno, Ajub Ajulian Zahra, Eskanesiari, Aditya Indra Bagaskara, Risma Septiana. "Herb leaves recognition using combinations of Hu's moment variants — Backpropagation neural network and 2-D Gabor filter — Learning vector quantization (LVQ)", 2017 4th International Conference on Information 2%

Technology, Computer, and Electrical Engineering (ICITACEE), 2017

Publication

4

ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019

Publication

1 %

5

Edy Suryadi, Necky Saputra. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Bingka Khatulistiwa Di Kota Pontianak", JURNAL MANAJEMEN MOTIVASI, 2017

Publication

1 %

6

Retno Lantarsih, Setyaji Manggala, Kadarso Kadarso, Subeni Subeni. "MOTIVATION OF FARMER GROUP MEMBERS IN CULTIVATING ORGANIC VEGETABLES", Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 2022

Publication

1 %

7

Endah Dwi Utami, Intan Ferdina Pratiwi, Vicky F Sanjaya. JURNAL EKONOMI SAKTI (JES), 2021

Publication

1 %

8

Fadhlan Jamil Putra, Tutik Dalmiyatun, Agus Subhan Prasetyo. "Pengaruh Motivasi, Lingkungan dan Pengalaman Pemuda Tani dalam Melanjutkan Usahatani Kopi di Desa Kelurahan Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang", Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi dan Agribisnis, 2021

Publication

1 %

9

Riequithania Berlliananda Putri, Mukson Mukson, Kustopo Budiraharjo. "Analisis Faktor Pemasaran Online Melalui Aplikasi Sayurbox Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 2022

Publication

1 %

10

Rudi Eduar, Nidyawati Nidyawati. "Saluran Distribusi dan Promosi terhadap Volume Penjualan Motor Honda CB 150R", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2021

Publication

1 %

11

Abdul Azis, Nur Rizky Ramadhani. "HUBUNGAN STATUS IMUNISASI, UMUR DAN JENIS KELAMIN TERHADAP PENYAKIT CAMPAK DI KOTA TANGERANG SELATAN TAHUN 2018", Jurnal Ilmiah Kesehatan, 2019

Publication

<1 %

12

Ilham Dwipa Brahmantyo, Mukson Mukson, Wiludjeng Roessali. "Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

<1 %

Dalam Membeli Buah Apel Impor (Studi Kasus Pasar Modern Transmart Kota Semarang)",
Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 2022

Publication

13

MUHAMMAD RIFKY PUTRA UTOMO.
"PENGARUH FASILITAS, HARGA, LOKASI DAN
KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN WALI MURID MEMILIH JASA
PENDIDIKAN SMA MUHAMMADIYAH 1
GRESIK", MANAJERIAL, 2018

Publication

14

Satrio Sudarso. "ANALISIS IMPLEMENTASI
SEGMENTING, TARGETING DAN POSITIONING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KEDAI ABG SIDOARJO", Jurnal Riset
Entrepreneurship, 2022

Publication

15

Vista uli Sihombing, Anna Fariyanti, Rachmat
Pambudy. "FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KESEDIAAN MEMBAYAR
KONSUMEN TERHADAP KOPI FAIR TRADE",
JURNAL AGRIBISAINS, 2022

Publication

16

Annisa Marinda Salam. "PENGARUH KUALITAS
PRODUK, HARGA PRODUK, BRAND IMAGE,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN MESIN PARUT DI CV

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

SENENG BARENG SEJAHTERA", MANAJERIAL, 2019

Publication

17

Iman Satra Nugraha, Aprizal Alamsyah, Dwi Shinta Agustina. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKSI DAN PENDAPATAN PETANI KARET (STUDI KASUS PETANI KARET DI WILAYAH OPERASIONAL PERUSAHAAN MIGAS KABUPATEN MUSI BANYUASIN)", Jurnal Penelitian Karet, 2018

Publication

<1 %

18

Merliana Aryanti Soi Mau, Mardit Nikodemus Nalle, Agustinus Nubatonis, Boanerges Putra Sipayung. "Analisis Keputusan Penggunaan dan Tingkat Kepuasan Petani terhadap Pupuk Bersubsidi di Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus Desa Fatumtasa)", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2022

Publication

<1 %

19

Nunun Nurhajati, Nur Umi Khasanah. "EFEKTIFITAS PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2016 (Studi Tentang Perlindungan Dan Pemberdayaan Petani di Desa Pelem Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung)", Jurnal PUBLICIANA, 2021

Publication

<1 %

20

Yulia Sani, Siti Hodijah, Rosmeli Rosmeli.
"Analisis impor beras Indonesia", e-Journal
Perdagangan Industri dan Moneter, 2020

Publication

<1 %

21

Walter Tabelessy. "ANALISIS PENGARUH
KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA AMBON",
Jurnal Soso-Q, 2020

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
