

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran- Analisis Perilaku. Konsumen. Yogyakarta : BPFE.
- Basu Swastha. 2008. Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2), yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro..
- Gusti Ngurah Aditya Lesmana. 2016. Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA), ( Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). hal, 10-11
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. 2012. The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 460-476.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- . 2010. Principles of Marketing, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2004. Principles of Marketing. Ninth Edition. Prentice Hall, Inc., New Jersey.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Lovelock Christopher. et. Al. 2010. Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Rizky Desty Wulandari Dan Donant Alananto Iskandar 2018 Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.
- Sari, Viranti Mustika. 2012 Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) di Social Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak). Jakarta : FISIP UI
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- , 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- , 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Belch E George & Belch A Michael, advertising and promotion: an integrated marketing
- Swastha, Basu. 2010. Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan, BPF EYogyakarta

## Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir (proposal dan skripsi) saya Nova Anggi Arista mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya mengadakan dengan judul **“(Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya)”**. Saya mengharapkan kesediaan anda untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang anda berikan akan saya jaga rahasianya. Saya mengucapkan terima kasih banyak atas kesediaan anda yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

### A. Identitas Responden

Berilah tanda check list (√) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda.

Nama : .....

Jenis kelamin :  Perempuan  Laki-laki

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

-Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama

-isilah semua nomor dengan memilih salah satu diantara 5 alternatif jawaban dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom yang sudah disesuaikan.

-Alternatif jawaban adalah sebagai berikut :

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu - ragu (R)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

-Jawablah semua pertanyaan yang ada tanpa ada yang terlewat  
 -Saya menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban yang anda berikan

Selamat mengerjakan dan sebelumnya saya ucapkan terimakasih atas waktu yang telah diberikan.

1. Variabel (Electronic Word Of Mouth)

a. Membaca Riview Produk

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Sebelum membeli Produk Sepatu Converse saya menerima informasi tentang beberapa jenis produk tersebut.					
2	Sebelum membeli produknya saya membaca tentang riview produk tersebut di media sosial.					

b. Percaya Diri Untuk Membeli Produk Setelah Riview

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
3	<i>Riview dari temen teman menambah kepercayaan saya terhadap Sepatu Converse.</i>					
4	Saya lebih yakin membeli Sepatu					

	Converse setelah membaca riview dari teman saya yang membeli sebelumnya.					
--	--	--	--	--	--	--

**c. Konsultasi Dengan Konsumen Lain**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
5	Saya selalu meminta pendapat teman yang lain sebelum membeli produk sepatu converse					
6	Setelah meminta pendapat dari teman saya , saya merasa yakin untuk membeli produk sepatu converse					

**d. Kekhawatiran Jika Tidak Membaca Produk Riview**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
7	Saya merasa ragu jika membeli sepatu converse tanpa membaca riview terlebih dahulu					
8	Saya khawatir jika langsung membeli sepatu converse					

**e. Mengumpulkan informasi dari produk riview**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
9	Saya memperoleh informasi mengenai produk sepatu converse melalui media social.					
10	Saya percaya terhadap informasi yang ada di internet mengenai sepatu converse					

## 2. Variabel Kualitas Produk

### a. Estetika (Asthethic)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
11	Saya merasa cocok menggunakan Sepatu Converse ini karena memiliki desain yang estetik					
12	Saya merasa senang dengan warna warna dari Sepatu converse ini (sunflower)					

### b. Durability (daya tahan)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
13	Saya merasa senang karena sepatu converse ini memiliki ketahanan yang awet					
14	Sepatu converse ini memiliki ketahanan yang baik sesuai dengan harganya					

**c. Comformance to specificationsn( Kesesuaian dengan spesifikasi)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
15	Spesifikasi sepatu converse ini sesuai dengan ulasan yang saya baca di media sosial					
16	Spesifikasi sepatu converse ini sesuai dengan yang di bilang teman teman saya					

**d. Features (fitur)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
17	Sepatu converse ini memiliki fitur yang sesuai dengan ekspektasi					
18	Fitur Sepatu converse yang didapat sesuai dengan yang di informasikan oleh penjual					

3. Keputusan Pembelian (Y)

a. **Keinginan untuk menggunakan produk**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
19	Sepatu converse merupakan produk sepatu yang menjadi favorit saya					
20	Sepatu converse merupakan produk sepatu yang saya sukai					

b. **Keinginan untuk memiliki produk**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
21	Sepatu converse merupakan produk sepatu yang ingin saya miliki					
22	Sepatu converse merupakan produk sepatu yang cocok untuk daily activity saya					



**c. Ketertarikan pada produk tersebut**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
23	Saya tertarik dengan sepatu converse karena memiliki model yang bervariasi					
24	Sepatu converse memiliki daya tarik tersendiri bagi saya					

**d. Meluangkan waktu untuk mendapatkan**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
25	Saya tertarik dengan sepatu converse sehingga saya ingin meluangkan waktu untuk membelinya langsung di store					
26	Setiap saya memiliki uang lebih saya ingin meluangkan waktu saya untuk mendapatkan sepatu atau barang lainnya di store converse					

**Trimakasih waktunya**

### Lampiran 3. Berita Acara Bimbingan Skripsi

#### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Nova Anggi Arista
2. Nim : 161500064
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 20 Maret 2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
  
6. Dosen Pembimbing : Dra. Christina Menuk S. S.E.,MM

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian Kegiatan
1	3 April 2020		Matrix
2	16 April 2020		Matrix dan Bab 1
3	20 Juni 2020		Bab 1,2,3
4	22 Juni 2020		Revisi Bab 1,2,3
5	24 Juni 2020		Bab 1,3
6	26 Juni 2020		Persiapan untuk Ujian Proposal
7	28 Juni 2020		Ujian Proposal Dan cek

			kuisioner
8	21 Juli 2020		Bab 3 Revisi lagi
9	24 Juli 2020		Bab 1,3 ACC buat Bab 4
10	05 Agustus 2020		Bab 4 Di revisi lagi
11	14 Agustus 2020		Cek lagi skripsi dan buat artikel
12	27 Agustus 2020		Cek lagi bab 5 dan artikel
13	04 September 2020		Cek lagi Hati Hati
14	18 September 2020		Cek lagi
15	24 September 2020		Cek lagi
16	02 Oktober 2020		Silahkan Cek plagiasi dan lengkapi berkas

Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 19 Januari 2021

Surabaya, 19 Januari 2021

Dosen Pembimbing

Dra. Christina Menuk S., SE., MM.  
NIP:195808081982032001

## Lampiran Output SPSS

### Validitas E-WOM

#### Correlations

		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1
X1.1_1	Pearson Correlation	1	,276*	,334**	,094	,370**	,182	,179
	Sig. (2-tailed)		,012	,002	,403	,001	,103	,108
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.1_2	Pearson Correlation	,276*	1	,418**	,206	,301**	,615**	,488**
	Sig. (2-tailed)	,012		,000	,063	,006	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.2_1	Pearson Correlation	,334**	,418**	1	,006	,513**	,367**	,359**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,959	,000	,001	,001
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.2_2	Pearson Correlation	,094	,206	,006	1	,124	,155	,189
	Sig. (2-tailed)	,403	,063	,959		,267	,164	,090
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.3_1	Pearson Correlation	,370**	,301**	,513**	,124	1	,452**	,393**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,000	,267		,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.3_2	Pearson Correlation	,182	,615**	,367**	,155	,452**	1	,743**
	Sig. (2-tailed)	,103	,000	,001	,164	,000		,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.4_1	Pearson Correlation	,179	,488**	,359**	,189	,393**	,743**	1
	Sig. (2-tailed)	,108	,000	,001	,090	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.4_2	Pearson Correlation	,274*	,380**	,738**	,147	,612**	,441**	,392**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000	,186	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.5_1	Pearson Correlation	,059	,261*	,185	,335**	,411**	,340**	,364**
	Sig. (2-tailed)	,601	,018	,096	,002	,000	,002	,001
	N	82	82	82	82	82	82	82
X1.5_2	Pearson Correlation	,079	,375**	,205	,611**	,299**	,410**	,271*
	Sig. (2-tailed)	,480	,001	,065	,000	,006	,000	,014
	N	82	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,456**	,690**	,664**	,434**	,716**	,751**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82	82

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Validitas Kualitas Produk

### Correlations

X2.1\_1 X2.1\_2 X2.2\_1 X2.2\_2 X2.3\_1 X2.3\_2

		X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2
X2.1_1	Pearson Correlation	1	,313**	,478**	,379**	,825**	,567**
	Sig. (2-tailed)		,004	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.1_2	Pearson Correlation	,313**	1	,193	,218*	,184	,403**
	Sig. (2-tailed)	,004		,083	,050	,097	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.2_1	Pearson Correlation	,478**	,193	1	,518**	,435**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,083		,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.2_2	Pearson Correlation	,379**	,218*	,518**	1	,313**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,000	,050	,000		,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.3_1	Pearson Correlation	,825**	,184	,435**	,313**	1	,497**
	Sig. (2-tailed)	,000	,097	,000	,004		,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.3_2	Pearson Correlation	,567**	,403**	,813**	,606**	,497**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	82	82	82	82	82	82
X2.4_1	Pearson Correlation	,478**	,309**	,437**	,412**	,315**	,503**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,000	,004	,000
	N	82	82	82	82	82	82
X2.4_2	Pearson Correlation	,527**	,376**	,502**	,416**	,390**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,790**	,518**	,762**	,648**	,688**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations					
		Y1.1_1	Y1.1_2	Y1.2_1	Y1.2_2	Y1.3_1	Y1.3_2
Y1.1_1	Pearson Correlation	1	,699**	,267*	,411**	,410**	,447**
	Sig. (2-tailed)		,000	,015	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.1_2	Pearson Correlation	,699**	1	,420**	,388**	,296**	,477**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,007	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.2_1	Pearson Correlation	,267*	,420**	1	,231*	,271*	,330**
	Sig. (2-tailed)	,015	,000		,037	,014	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.2_2	Pearson Correlation	,411**	,388**	,231*	1	,634**	,269**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,037		,000	,015
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.3_1	Pearson Correlation	,410**	,296**	,271*	,634**	1	,224*
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,014	,000		,043
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.3_2	Pearson Correlation	,447**	,477**	,330**	,269**	,224*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,015	,043	
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.4_1	Pearson Correlation	,345**	,330**	,496**	,190	,268*	,398**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,000	,087	,015	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Y1.4_2	Pearson Correlation	,376**	,361**	,307**	,375**	,294**	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,005	,001	,007	,000
	N	82	82	82	82	82	82
Total	Pearson Correlation	,757**	,769**	,619**	,648**	,623**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	82	82	82	82	82	82

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliabilitas E-WOM

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	82	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	10

## Reliabilitas Product Quality

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	82	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,872	8

## Reliabilitas Keputusan Pembelian

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	82	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	8

## ASUMSI KLASIK

### Normalitas

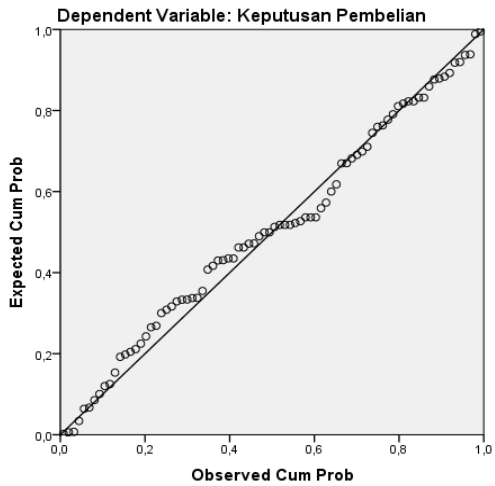
#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,18299674
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,066
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



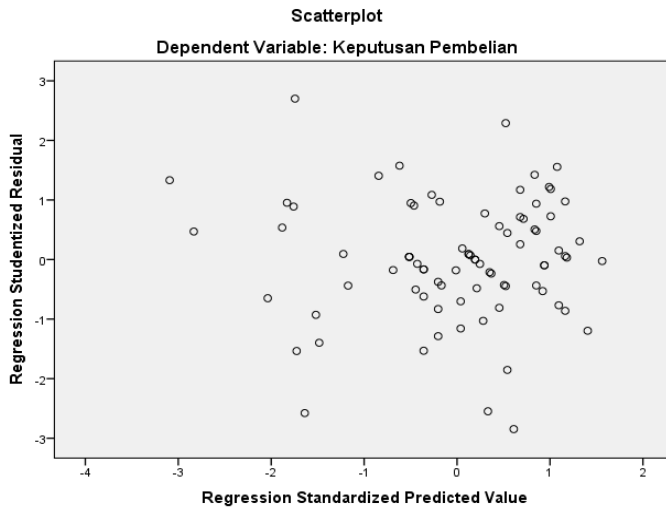
## Multikolineritas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,225	2,349		2,224	,029		
	E-WOM	,461	,095	,570	4,864	,000	,324	3,089
	Kualitas Produk	,257	,112	,268	2,286	,025	,324	3,089

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Heteroskedastisitas



## Autokorelasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,805 <sup>a</sup>	,648	,640	2,21046	2,226

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, E-WOM

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Regresi Berganda

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Produk, E-WOM <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,805 <sup>a</sup>	,648	,640	2,21046

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, E-WOM

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,058	2	356,029	72,865	,000 <sup>b</sup>
	Residual	386,003	79	4,886		
	Total	1098,061	81			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, E-WOM

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,225	2,349		2,224	,029
	E-WOM	,461	,095	,570	4,864	,000
	Kualitas Produk	,257	,112	,268	2,286	,025

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,058	2	356,029	72,865	,000 <sup>b</sup>
	Residual	386,003	79	4,886		
	Total	1098,061	81			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, E-WOM

## Uji-t







### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,225	2,349		2,224	,029
	E-WOM	,461	,095	,570	4,864	,000
	Kualitas Produk	,257	,112	,268	2,286	,025

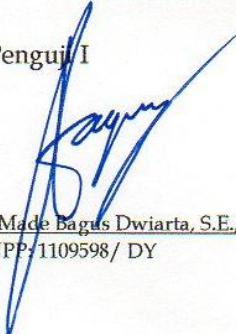
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

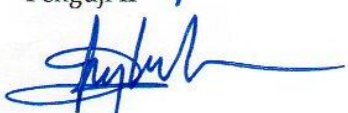
1. Nama Mahasiswa : Nova Anggi Arista
2. NIM : 161500064
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
5. Tanggal Ujian Skripsi : 27 Januari 2021
6. Dosen Penguji : 1. I Made Bagus Dwiarta , S.,E.,M.,M  
2. Ferry Hariawan.,S.E.,MM

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf	
			Penguji I	Penguji II
1	27 Januari 2021	Bab I,II,III, dan Uji Validitas		
2	8 Februari 2021	Revisi Bab III		
3	11 Februari 2021	ACC Bab I,II,III dan Uji Validitas		

Penguji I

  
I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M  
NPP: 1109598/ DY

Penguji II

  
Ferry Hariawan, S.E.,M.M  
NPP: 1512763/ DY



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 200365 /01/FE/VII/2020  
Lampiran : -  
Perihal : *Ijin Penelitian dan Pengambilan Data*

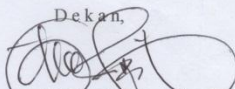
Surabaya, 7 Juli 2020

Kepada Yth:  
Kaprosdi Manajemen Fak. FEB  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Surabaya  
di-  
Surabaya

Memperhatikan Surat Saudara tanggal 29 Juni 2020, perihal pengambilan data untuk Skripsi dengan ini kami sampaikan pada dasarnya kami tidak keberatan dan memberikan ijin Kepada mahasiswa di bawah ini :

Nama : Nova Anggi Arista  
No. Reg : 161500064  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Electronic Word of Mouth dan kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Sepatu Converse pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/ Ibu kami sampaikan terima kasih.

Dekan,  
  
**Drs. H. Teguh Purwanto, M.M**  
NIP.196001222.199003.1001