

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(1), 406–413. <http://proceedings.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Amaliah, D., Wahyuningsih, W., & Parani, S. B. D. (2017). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Mahasiswi Universitas Tadulako Membeli Lipstik Merek La Tulipe. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 3(2), 159–168. <https://doi.org/10.22487/jimut.v3i2.84>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Antika, W., Sasomo, B., & Rahmawati, A. D. (2023). Analisis Asesmen Diagnostik Pada Model Pembelajaran Project Based Learning di Kurikulum Merdeka SMPN 3 Sine. *Pedagogy*, 8(1), 253.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Aprininda, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pengguna Produk Peci Limo). *Stiedewantara*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Ariffin, Z. (2013). Pengaruh Kolektivisme dan Kepercayaan Sosial Terhadap Sikap Niat Beli Produk Hijau Yang Dimediasi Oleh Norma Subjektif. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 113–124.
- Artikel, I. (2006). Lifestyle. *Textile View Magazine*, 01(73), 293–301. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1tg5gmg.7>
- Aryadhe, T., Suryani, A., & Sudiksa, I. B. (2018). Pengaruh Sikap Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1452–1480.
- Bayu, G. P., Mukhtar, S., & Sariwulan, T. (2024). Pengaruh Norma Subjektif dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi melalui Minat Investasi sebagai Variabel Intervening. 3(3), 253–268.

Compas.co.id Riset Terkait 10 Brand Skincare lokal terlaris di e-commerce 2022

Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2019). pengaruh Sikap, Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Ulang Produk Fshion Via Online Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 27(2), 58–66.

Ermawati A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Produk United. *Agora*, 6(2).

Faradhilla, N. A. (2021). Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. In *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* (Vol. 5, Issue 2).

Ferrinadewi, E. (2008). Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1(2), 1–8.

Firdausi, F., & Agustiono, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Syahi Haleeb. *Performa*, 6(5), 465–473. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2204>

Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). the Effect of Price , Promotion , Service Quality , and Brand Image on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 8(4), 3340–3353.

Haba, T. S., Paridy, A., & Amaral, M. A. L. (2022). Pengaruh Promosi Dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT . Dinamika Sejahtera Motor Kupang. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan*, September, 391–405.

Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 1–10. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/1265>

Halim, S. F., Doloksaribu, W. S. A., Lienedy, C., & Sudirman, A. (2024). Analisis Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Tokopedia Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Prima Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4536–4542. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.7721>

Hartati, A. S., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2017). Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 2(1), 57–64. <https://doi.org/10.17509/jbme.v2i1.5981>

Hartono, C., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Pengaruh Kesadaran dan Citra Merek

- terhadap Keputusan Pembelian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2691–2697. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3793>
- Hediyati, R. R., & Wahyuningtyas, Y. F. (2024). *Pengaruh Brand Image , Mutu Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta*. 7(1), 310–319.
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/168>
- Hermayadi, M. I., Maharani, N., & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Banjarsari. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.9438>
- Hidayah, N., & Ghofur, M. A. (2023). The Effect Of Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior Control, And Entrepreneurial Learning On The Entrepreneurial Intention Of Vocational High School Students In Sidoarjo. *JKIP : Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 3(2), 157–168. <http://journal.almatani.com/index.php/jkip/index>
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Maker: Jurnal Manajemen MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *MAKER: Jurnal Management*, 6(1), 31–42.
- Julia Abidin, C., & Bachtillah Putra, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Studi pada Kosmetik Mustika Ratu di Daerah Cengkareng Jakarta Barat). *Business Economics, and Education Studies (ICESB)*, 1(1), 7–14. <https://journal-icesb.org/index.php/icesb>
- Kapantouw, C., & Mandey, S. L. (2015). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Asus Di Gamezone Computer Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA, Vol.3(2)*, 706–718.
- Keputusan, T., Sepeda, P., & Di, M. (n.d.). *5.+Purboyo+ok*. 179–196.
- Khaerani, A. N., & Hasanah, N. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Produk Pada Umkm Center Kota Tarakan. *Jurnal Ekonomika*, 9(2), 13–24. <https://doi.org/10.35334/jek.v9i2.765>
- Khanady, K., & Susanto, S. (2022). E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *BISMA Cendekia*, 2(3), 151–157. <https://doi.org/10.56473/bisma.v2i3.79>

- Lailynisa Fadilla Iswadi, Jamiati KN, & Daniel Handoko. (2023). Pengaruh Brand Activation Terhadap Brand Image Whitelab. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 89–107. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.509>
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Lestari, A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik missyshop official di kota makassar. *Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar*, 21(1), 1–9.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di K
- Maharini, B. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Perilaku Nasabah Kopdit Cu “Unam” Berastagi. *Repository Universitas Quality*, 9.
- Makrufah, I. A. (2017). Pengaruh citra merek dan lebel halal terhadap keputusan pembelian kosmetik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Malina, H. (2015). Pengaruh advertising terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah dengan selebritis endorser sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 196–202. <https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/1031/883>
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 2(1), 139–152. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi*.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

- Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. *Progress Coference*, 2(July), 549–556.
- Ni Ketut Sri Rahayu, Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati, & I Gusti Ayu Pradnya Paramitha. (2023). *Anteseden Konsumen Dalam Identifikasi Merek Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen*. 6(2722–9475), 1093–1100.
- Nurahman, I., & Indrianto, A. P. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Survei Pada Konsumen Oppo Smartphone di Yogyakarta). *YUME : Journal of Management*, 4(2), 162–171. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Nurdiana, E. (2018). Pengaruh Brand Linking, Subjective Norm, Attitude Toward Behaviour Terhadap Purchase Intention Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). *Skripsi*, 1–92.
- Nursito, S., Prasetyo, J., Haris, A., & Hadi, A. (2023). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN KONTROL PERILAKU TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten). *WIJoB - Widya Dharma Journal of Business*, 2(01), 43–51. <https://doi.org/10.54840/wijob.v2i01.113>
- Oematan. dkk, F. (2022). Pengendalian Kualitas Produk Paving Di PT. Sinar Bangun Mandiri Di Kota Kupang. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1), 72.
- Paramita, I. B. G. dan P. I. G. G. P. (2020). Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 57–65. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Parulian, R. Y. (2021). (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gildak Rawamangun). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)*, 2(CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN), 6–8.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, 1(5), 446–452. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity>
- Putera, D. Y., & Swasty, W. (2017). Perancangan Identitas Visual dan Pengaplikasian pada Media Promosi Museum Sri Baduga. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(02), 196–203. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i02.1497>

- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Rachman, S. U., & Rusli, M. S. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan Jasa Open Trip Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnalku*, 3(1), 14–22. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i1.364>
- Ratnasari, V., Image, P. B., Produk, K., Harga, D. A. N., Kasus, S., Karita, P., & Square, M. (2024). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DENGAN. 4(1), 312–332.
- Rinawati, G. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(1), 98–106.
- Rochmawati, S., & Purnomosidhi, B. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–14.
- Rosi, F., & Andriani, N. (2021). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2), 137–146. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11616>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Rusni, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3 No. 1(3), 10.
- Santosa, I. A. G. (2014). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan Toko Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Buku Toga Mas Bangkong Semarang). *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, 1–33.
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Sekarwati, N., Chandra, A. R., & Yenida. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Make Over. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, November, 17–19. <https://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/526>

- Setiawan, W., & Nengsih, M. K. (2024). *The Effect Of Brand Import , Fashion Lifestyle Thriff Shop To Buying Interest (Case Study Of Universitas Muhammadiyah Bengkulu Students) Pengaruh Brand Import Dan Fashion Lifestyle Thrif Shop Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas . 4(1), 99–108.*
- Simanihuruk, P., Tamba, D., & Sagala, R. (2021). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 98–112. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1189>
- Styawati, A. L., Roni, M., Bina, U., & Palembang, D. (2023). The Influence of Brand Image and Digital Marketing on Cosmetic Product Purchasing Decisions Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetikid 2 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7648–7656. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Suryana, P., Fauziah, R., & Purnami, B. Y. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pelanggan Sariayu Di Indramayu). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 121–134. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.308>
- Tae, B. E., & Bessie, J. L. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention) (Survei Pada Pelanggan the Kings Resto Kupang). *Transformatif*, 10(1), 27–45. <https://doi.org/10.58300/transformatif.v10i1.162>
- Tasia, A. A., & Kinasih, D. D. (2022). *Pengaruh Brand Image , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. 2(1), 74–85.*
- Udayana, I., & Ramadhan, D. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Subjective Norm Terhadap Purchase Intention Melalui Attitude Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gudang Digital Online Yogyakarta). *Jurnal EBBANK*, 10(2), 41–48.

- Umar, A., & Norawati, S. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Pada Upt Sungai Duku Pekanbaru. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 835–853. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.656>
- Yulistiyono, A., & Karim, A. (2019). PERBANDINGAN SIKAP, NORMA SUBJEKTIF DAN PERSEPSI KENDALI PERILAKU PADA PRODUK KOSMETIK BERLABEL HALAL DAN TIDAK BERLABEL HALAL (Studi pada Konsumen Kosmetik di Wilayah Tangerang). *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 1. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v1i0.2103>
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Metode Penelitian. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 1187/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Venidora Mako
NIM : 32120036
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
2. Apryanus Fallo, SE, MM
Judul Skripsi : **Pengaruh Brand Image Advertising dan Norma Subjektif terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Toko Mutiara kosmetik di Kota Kupang dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **20 (Dua Puluh) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 19 September 2024

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk

