

# 21209

*by* turnitin turnitin

---

**Submission date:** 21-Mar-2024 09:39AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2325597727

**File name:** M.\_Iqbal\_Putra-21209\_2.docx (199.1K)

**Word count:** 2216

**Character count:** 14218

## 4 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN MINYAK GORENG KELAPA SAWIT RUMAH TANGGA (Studi Kasus di Desa Maguwoharjo Kecamatan Depok Kabupaten Sleman)

M<sup>13</sup>ibal Putra<sup>1\*</sup>, Listiyani<sup>2</sup>, Danik Nurjanah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Instiper Yogyakarta  
Jl. Nangka II, Maguwoharjo (Riangroad Utara), Yogyakarta 55282, Indonesia

\*E-mail penulis: [iqbalonthel22@gmail.com](mailto:iqbalonthel22@gmail.com)

### ABSTRACT

4 Tujuan dari penelitian untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen minyak goreng kelapa sawit<sup>5</sup> di Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan rumah tangga. Studi ini dilakukan pada Agustus 2023. Dengan menggunakan metode deskriptif, sebanyak 40 responden. Sampel diambil menggunakan metode accidental sampling. Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi adalah beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Jenis analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa<sup>19</sup> faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis mempengaruhi perilaku konsumen minyak goreng rumah tangga.

**Keywords:** Minyak Goreng, Faktor, Rumah Tangga

### PENDAHULUAN

Minyak goreng menjadi salah satu dari kebutuhan primer yang kegunaannya sangat vital dalam memenuhi kebutuhan pangan dalam rumah tangga. Minyak goreng dapat dibuat dari berbagai jenis-jenis tanaman seperti kelapa sawit, kacang-kacangan, dan bahan baku lainnya. Rata-rata sebagian besar masyarakat di Indonesia mengkonsumsi minyak goreng nabati yang dibuat dari kelapa sawit. Minyak goreng yang terbuat dari kelapa sawit dijual dalam dua kategori: minyak goreng kemasan dan curah yang diberi merek atau label tertentu. Peran minyak goreng sebagai komoditas perekonomian tidak hanya ditentukan oleh fungsinya dalam menu makanan.

Indikator-indikator penting seperti kualitas gizi, inflasi, dan kualitas produk, tingkat pengangguran tenaga kerja, serta pemilihan konsumen dalam memilih minyak goreng (Astuty et al., 2018).

Konsumsi berarti jasa dan pembelanjaan oleh rumah tangga. Menurut Suparmoko (2000) ada faktor tambahan yang mempengaruhi konsumsi, seperti selera, variabel sosial ekonomi, keuntungan atau kerugian kapitalis, dan tingkat biaya. Pada tahun 2015 menjadi 11,58 liter pada tahun 2020. Terjadinya peningkatan konsumsi minyak goreng rumah tangga di Indonesia setiap tahun disebabkan masyarakat Indonesia yang suka dengan makanan yang mengandung minyak seperti gorengan dan sebagainya.

Kotler (2021) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai rangkaian tindakan yang dilakukan oleh orang-orang saat, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah perilaku konsumen, baik fungsi dan konsep yang harus memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, perilaku konsumen mencakup bagaimana individual, organisasi, maupun kelompok membuat keputusan untuk melakukan pembelian sebuah barang dan, bagaimana konsumen bertindak. Beberapa faktor, termasuk selera konsumen, dan harga barang, akan memengaruhi perilaku konsumen terhadap barang dan jasa.

Desa Maguwoharjo adalah salah satu desa di Kecamatan Depok dimana desa Maguwoharjo memiliki luas 15.010 km dengan jumlah penduduk sekitar 25.125 jiwa, dan Sebagian besar penduduk Desa Maguwoharjo bekerja di bidang pertanian dengan jumlah pekerja di bidang petani/perkebunan berjumlah sekitar 561 jiwa dan di bidang buruh tani/perkebunan sekitar 411 jiwa (Maguwoharjo, 2022).

Maka berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, peneliti akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen minyak goreng kelapa sawit di Desa Maguwoharjo melalui judul penelitian "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Minyak Goreng Kelapa Sawit Rumah Tangga Di Desa Maguwoharjo Kecamatan Depok Kabupaten Sleman.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain penelitian kualitatif yang dikuantitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari catatan lapangan dan deskripsi pendapat responden. Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman adalah lokasi penelitian ini. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Penelitian ini dilakukan pada Agustus 2023. Menurut (Sugiyono, 2016) metode sampel insidental/*Accidental Sampling* atau

secara kebetulan digunakan untuk pengambilan sampel; jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40 sampel responden, dan metode pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuisisioner dan wawancara. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis dengan Regresi Linier Berganda menggunakan persamaan  $Y = a + b^1X^1 + b^2X^2 + b^3X^3 + b^4X^4 + e$  dengan Y adalah variabel terikat dan X adalah variabel bebas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Usia

Table 5.1 Usia konsumen minyak goreng di Desa Maguwoharjo

Berdasarkan Usia			
No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	40 - 45	12	30
2	46 - 51	17	42,5
3	52 - 57	11	27,5
Min	40		
Max	57		
Rata-Rata	48,55		
Total		40	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada tabel 5.1 Usia konsumen minyak goreng di Desa Maguwoharjo dapat di disimpulkan bahwasanya dari 40 responden konsumen minyak goreng usia konsumen yang paling banyak adalah 46-51 tahun dengan persentase 42,5% diikuti dengan usia 40-45 tahun dengan persentase 30% dan usia yang paling sedikit berusia 52-57 tahun dengan persentase 27,5%, dengan usia rata-rata 48,55 tahun.

### 2. Tingkat pendidikan konsumem minyak goreng di Desa Maguwoharjo

Table 5.2 Tingkat Pendidikan konsumen

Berdasarkan Tingkat Pendidikan			
No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	SD	1	2,5
2	SMP	5	12,5
3	SMA/SMK	26	65
4	PT	8	20
	Total	40	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 5.2 Pendidikan konsumen minyak goreng di Desa Maguwoharjo dapat disimpulkan bahwasanya dari 40 orang konsumen minyak goreng yang ada di di Desa Maguwoharjo paling banyak memiliki tingkat Pendidikan sampai jenjang SMA/SMK dengan jumlah 26 orang dengan persentase sebesar 65%. Dan yang kedua memiliki tingkat pendidikan sampai jenjang perguruan tinggi sebanyak 8 orang dengan persentase 20% diikuti dengan yang memiliki jenjang pendidikan sampai SMP berjumlah 5 orang dengan persentase 12,5% dan yang paling sedikit sampai jenjang SD yang hanya 1 orang dengan persentase 2,5%

### 3. Pekerjaan Responden

Table 5.3 Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan Pekerjaan			
No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Ibu Rumah Tangga	19	47,5
2	Wiraswasta	15	37,5
3	Pekerja Swasta	6	15
	Total	40	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 5.3 Data pekerjaan para konsumen minyak goreng dapat disimpulkan bahwasanya dari 40 konsumen minyak goreng paling banyak memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 19 orang dengan persentase sebesar 47,5%, diikuti dengan yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 15 orang dengan persentase 37,5% dan jumlah pekerja yang paling rendah adalah sebagai pekerja swasta berjumlah 6 orang dengan persentase 15%.

### 4. Pendapatan Responden

Tabel 5.4 Total Pendapatan Responden

Berdasarkan Pendapatan			
No	Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	1.500.000 - 2.000.000	34	85
2	2.000.001 - 2.500.000	5	12,5
3	2.500.001 - 3.000.000	1	2,5
Min	1.5000.000		
Max	3.000.000		
Rata-Rata	1.840.000		
Total		40	100

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Pada Tabel 5.4 Data pendapatan konsumen minyak goreng di Desa Maguwoharjo terdapat perbedaan pendapatan. bahwasanya dari 40 orang konsumen minyak goreng di Desa Maguwoharjo paling tinggi mempunyai pendapatan sebesar Rp. 1.500.000 - 2.000.000 berjumlah 34 orang dengan persentase 85% diikuti dengan yang mempunyai pendapatan Rp. 2.000.001-2.500.000 dengan jumlah 5 orang sebanyak 12,5% dan yang mempunyai pendapatan 2.500.001 - 3.000.000 sebanyak 1 orang dengan persentase 2,5%. Dengan Rata-rata pendapatan sebesar 1.840.000.

## 5. Konsumsi Minyak Goreng Berdasarkan / Liter

Table 5.5 Konsumsi Minyak Goreng Berdasarkan / Liter

Berdasarkan konsumsi / Liter			
No	Jumlah / Liter	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	2. - 3	29	72,5
2	4. - 5	11	27,5
Min	2		
Max	5		
Rata-Rata	3,5		
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100</b>

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Dari Tabel 5.5 diatas dapat dilihat dari 40 responden yang berada di Desa Maguwoharjo dengan jumlah paling banyak 25 orang menggunakan minyak goreng sebanyak 3-4 liter dalam setiap bulan dengan persentase 62,5% diikuti dengan 11 orang dengan jumlah penggunaan minyak goreng setiap bulannya sebanyak 1-2 liter dengan persentase 27,5% dan penggunaan paling sedikit sebanyak 5-6 liter dengan jumlah 4 orang dengan persentase 10%, Dengan Rata-Rata penggunaan minyak goreng sebanyak 3,1 liter setiap bulannya

## 6. Pengeluaran Responden dalam pembelian minyak goreng

Table 5.6 Total Pengeluaran Responden terhadap minyak goreng

Berdasarkan Pengeluaran			
No	Pengeluaran (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	27.000 - 61.000	34	85
2	62.000 – 96.000	6	15
Min	30.000		
Max	95.000		
Rata-Rata	61.500		
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100</b>

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Dari Tabel 10 diatas dapat diketahui pengeluaran responden dalam pembelian minyak goreng bahwasanya dari 40 responden dapat diketahui bahwa total pengeluaran Rp.30.000-51.000 sebanyak 28 orang dengan persentase 70% diikuti dengan pengeluaran Rp. 52.000-73.000 berjumlah 8 orang dengan persentase 20% dan pengeluaran Rp. 74.000-95.000 sebanyak 4 orang dengan persentase 10%. Dengan Rata-rata pengeluaran untuk minyak goreng sebesar Rp. 48.350 perbulannya.

## 7. Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 5.7 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig	Keterangan
Constant	-7,359	-3,254	-	-
Budaya (X1)	0,406	2,853	0,007	Signifikan
Sosial (X2)	0,306	2,907	0,006	Signifikan
Pribadi (X3)	0,468	5,034	0,000	Signifikan
Psikologis (X4)	0,377	3,068	0,004	Signifikan
R <sup>2</sup>	.796	-	-	-
Uji F	-	-	0,000	-

\*Signifikan pada  $\alpha$  5%

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Berdasarkan hasil koefisien di atas dapat dikembangkan dengan model persamaan regresi linier berganda. Hasil persamaan regresi linier yang diperoleh sebagai berikut.

$$Y = a + b^1X_1 + b^2.X_2 + b^3.X_3 + b^4.X_4 + e$$

$$Y = -7,359 + 0,406X_1 + 0,306X_2 + 0,468X_3 + 0,377X_4 + e$$

Makna constant: Ketika nilai ini semua tetap, variabel independent faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4), tetap maka nilai Perilaku Konsumen (Y) sebesar -7,359. Makna R<sup>2</sup>: bahwa Perilaku Konsumen (Y) dipengaruhi oleh variabel budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), psikologis (X4) sebesar 0,796% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari persamaan diatas, pengaruh dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel dependen secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Faktor budaya (X1)

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan faktor sosial terhadap Perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng sawit diperoleh t hitung (2,853) > t tabel (1,6883), Ha diterima dan Ho ditolak berarti faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen konsumen. Apabila terdapat perubahan budaya sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perilaku Konsumen (Y) sebesar 0,406. Nilai-nilai sosial yang dianggap

sebagai faktor budaya yang tertanam dalam masyarakat yang dapat berpengaruh terhadap tingkah laku konsumen. (Nasriah, 2016)

## 2. Faktor sosial (X2)

Variabel faktor sosial (X2) mempunyai  $t$  hitung (2,907) >  $t$  tabel (1,6883).  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen. Selain itu, nilai signifikansi faktor sosial (X2) adalah ( $\alpha = 0,006$ ). Perilaku konsumen dalam memilih minyak goreng sawit (Y). Berarti apabila terdapat perubahan sosial sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perilaku Konsumen (Y) sebesar 0,306. Tingkah laku konsumen dalam proses pengambilan keputusan dapat juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti keluarga, peran, dan kasta (kelas sosial). Hasil penelitian Ilham & Hermawati (2018) bahwa kelas sosial mampu mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih dan menentukan suatu produk. Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Selain itu, faktor sosial seperti teman atau keluarga dapat mempengaruhi. Semakin besar pengaruh sosial maka semakin besar Perilaku Konsumen dalam memilih dan memutuskan pembelian (Santoso & Purwanti, 2013)

## 3. faktor pribadi (X3)

Berdasarkan hasil analisis SPSS pengaruh faktor pribadi terhadap perilaku konsumen minyak goreng diperoleh  $t$  hitung sebesar 5,034 >  $t$  tabel (1,6883),  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen. Dengan demikian faktor pribadi dapat mempengaruhi Perilaku Konsumen minyak goreng kelapa sawit. Berarti apabila terdapat perubahan pribadi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perilaku Konsumen (Y) sebesar 0,468. Selain faktor sosial, faktor pribadi juga dapat mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam menentukan kebutuhan dan keinginan seorang konsumen (Ilham & Hermawati, 2018). Selain itu kepribadian konsumen dapat berdampak langsung pada pemilihan sebuah barang atau produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wardana (2011) menyebutkan kepribadian konsumen dapat mempengaruhi pemilihan produk berdasarkan merek suatu produk. Konsumen lebih menyayangi sebuah produk berdasarkan kepribadian mereka. Hasil penelitian Tanjung et al., (2022) menyebutkan secara parsial kepribadian konsumen secara signifikan mampu mempengaruhi keputusan pembelian produk

## 4. Faktor psikologi (X4)

Variabel psikologis (X4) mempunyai  $t$  hitung (3,068) >  $t$  tabel (1,6883).  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak berarti faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen. Pengaruh X4 menunjukkan nilai signifikansi ( $\alpha = 0,004$ ), yang artinya faktor psikologi (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumen (Y). Berarti apabila

terdapat perubahan psikologis sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perilaku konsumen (Y) sebesar 0,377. Menurut keadaan psikologis seseorang dalam memilih dan membeli dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Menurut Santoso & Purwanti (2013) menyebutkan pada hasil penelitiannya bahwa faktor psikologis dapat mempengaruhi Perilaku Konsumen. Hasil ini selanjutnya dijelaskan bahwa motivasi kebutuhan menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara individual berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen minyak goreng kelapa sawit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuty, D. E., Fauzi, T., & Usman, M. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Rumah Tangga terhadap Minyak Goreng Curah di Gampong Lamtimpeung Kecamatan Darussalam Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(2), 145–159. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v3i2.6802>
- Ilham, & Hermawati. (2018). Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lalego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur. *Journal of Islamic Management And Bussines*, 1(1), 17–24.
- Kotler Phillip, A. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>
- Maguwoharjo. (2022). *Kondisi Umum Kalurahan*. MAGUWOHARJO Kapanewon DEPOK Kabupaten SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. <https://maguwoharjosid.slemankab.go.id/first/artikel/70>
- Nasriah. (2016). PENGARUH BUDAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI MOBIL TOYOTA AVANZA PADA PT. HADJI KALLA CABANG MAKASSAR. *Analisis Nilai Moral Dalam Cerita Pendek Pada Majalah Bobo Edisi Januari Sampai Desember 2015*, 2016.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. 6(12), 112–129.
- Sugiyono. (2016). Peran Timelimenes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Suparmoko. (2000). *Pengantar Ekonomi Mikro* (2000 BPFE-Yogyakarta (ed.)). Edisi 4. [http://fia.ub.ac.id/katalog/images/docs/PENGANTAR\\_EKONOMIKA\\_\\_MAKRO\\_Edisi\\_4.jpg.jpg](http://fia.ub.ac.id/katalog/images/docs/PENGANTAR_EKONOMIKA__MAKRO_Edisi_4.jpg.jpg)  
pg

Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Safitri, S. (2022). Pengaruh Kepribadian dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lazada. ... *Manajemen Ekonomi ...*, 3(2), 390–396.  
<http://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/689%0Ahttp://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/download/689/757>

Wardana, D. (2011). Pengaruh Kepribadian Konsumen pada Pilihan Merek sebagai Konsep Diri pada Kategori Produk. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 21–35.

## ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

16%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://journal.instiperjogja.ac.id">journal.instiperjogja.ac.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repo.apmd.ac.id">repo.apmd.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://sintama.stibsa.ac.id">sintama.stibsa.ac.id</a> Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1%

10	<a href="http://ejurnal.untag-smd.ac.id">ejurnal.untag-smd.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repo.iain-tulungagung.ac.id">repo.iain-tulungagung.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	Rino Afrialdo, Zulfanetti Zulfanetti, Etik Umiyati. "Analisis pendapatan pedagang pulsa dan paket data di Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Studi Kasus Kecamatan Tungkal Ilir)", e-Journal Perdagangan Industri dan Moneter, 2020 Publication	1 %
13	<a href="http://ojs.unida.ac.id">ojs.unida.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1 %
16	Meldayanoor Meldayanoor, Muhammad Indra Darmawan, Evi Nurinayah. "Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Buah UD. Sukma Cap MD Desa Sumber Makmur Kec. Takisung Kab. Tanah Laut Kal-Sel", Jurnal Teknologi Agro-Industri, 2019 Publication	1 %

17 Submitted to Politeknik Negeri Jember 1 %  
Student Paper

---

18 repo.darmajaya.ac.id 1 %  
Internet Source

---

19 eprints.polsri.ac.id 1 %  
Internet Source

---

20 www.scribd.com 1 %  
Internet Source

---

21 pt.scribd.com 1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On