

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Jurnal Utama 2


See discussion, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/351702088>

The Effect of Social Media on Brand Image and Brand Loyalty in Generation Y

Article in *Journal of Asian Finance, Economics and Business* · January 2021
DOI: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no3

CITATIONS
54

REFERENCES
9,612

1 author:
 **Santi Budiman**
Saheloh Tinggi Ilmu Ekonomi dan Ekuitas Upweda
28 PUBLICATIONS 188 CITATIONS
[SEE PROFILE](#)

Santi BUDIMAN / Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 3 (2021) 1339–1347 **1339**

Print ISSN: 2288-4637 / Online ISSN 2288-4645
doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1339

The Effect of Social Media on Brand Image and Brand Loyalty in Generation Y

SANTI BUDIMAN¹

Received: November 30, 2020 Revised: February 01, 2021 Accepted: February 16, 2021

Abstract

Indonesia has a population of more than 260 million, of which, by 2020, Generation Y is predicted to account for 70% of the total. With different birth years, Generation Y is the backbone of Indonesia's product purchasing. Generation Y is interested in establishing strong relationships with specific brands on social media. They are also interested in working with companies to design a product. Most Generation Y utilizes more than one electronic device and they are also brand loyal. Therefore, this study seeks to examine the effect of social media (i.e., e-WOM, online community, and online advertising) on brand image and loyalty in Generation Y in Indonesia. The sampling method employed was purposive sampling. A total of 150 respondents in the age range of 23–30 years were involved as the sample. Using multiple regression model in data analysis, this study proved that e-WOM, not only have a positive and significant effect on the brand image, but also on brand loyalty. Furthermore, online community also positively and significantly affects brand image and brand loyalty. Likewise, online advertising has a positive and significant effect on brand image and brand loyalty. This study's findings indicated that all the proposed hypotheses were well accepted.

Keywords: E-WOM, Online Community, Online Advertising, Brand Image, Brand Loyalty

JEL Classification Code: M3, M31, M37

1. Introduction

Indonesia has a population of more than 260 million people (Syahrul, 2018). With a large population, Indonesian society can be grouped based on several characteristics: culture, personality (Morin, 2016), and generation (Meadows, 2015). The grouping of people by generation can be seen from the year of birth of specific community groups (Meadows, 2015). With different birth years, it can be inferred that Generation Y is the next generation that will become the "backbone" of purchasing products in Indonesia because it is estimated that by 2020, the

population of Generation Y in Indonesia will reach 70% of the total population. Generation Y itself has proficiency in technology (Schroer, 2008). Various marketing approaches have been taken by companies to capture the market in this generation. There are several different treatments for taking a portion of the market share in generation Y compared to other generations.

Generation Y is interested in establishing relationships with particular brands on social media. They are also interested in working with companies to design a product. Most of this generation utilizes more than one electronic device, and they are also brand loyal. Most of Generation Y expects brands to influence society. According to Tarkainen, Ellonen, Ots, and Stocchi (2016), Loureiro (2015), and Šerić and Mollá-Descais (2015), loyalty to a brand can be interpreted as the customer's intention to buy products from the same brand in the future.

Customer loyalty to a brand has a vital role in sales because finding new customers costs five to ten times more than the cost of retaining customers (Penefit, 2015). Besides, existing customers would spend 67% more money on the product being offered compared to new customers.

¹First Author and Corresponding Author. Business and Economic Department, STIE Isti Ekatana Upaweda, Yogyakarta, Indonesia [Postal Address: Jl. Hayam Wuruk No. 20, Bausasran, Kec. Danurejan, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55212, Indonesia] Email: santi.budiman@yahoo.co.id

© Copyright: The Author(s)
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Lampiran 2.1 Jurnal Utama 2

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 4 Nomor 6 (2022) 1684-1697 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v4i6.1205

Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap BrandLoyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya

Sinta Kurnia Illahi, Sonja Andarini

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur abcde@gmail.com

ABSTRACT

The internet is a necessity, this makes the Telkomsel company strive to carry out marketing activities. Marketing activities are expected to create brand image, brand awareness and brand loyalty. This study aims to examine the effect of brand image on brand loyalty of Telkomsel provider users in Surabaya. Data collection techniques using literature studies and questionnaires. Data were analyzed using PLS (Partial Least Square). By using the Wibisono formula, the number of samples used in this study was 100 respondents. The results showed that brand image and brand awareness had a significant effect on brand loyalty to Telkomsel provider users in Surabaya.

Keywords: Brand Image, Brand Awareness, Brand Loyalty

Lampiran 3.1 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa yang dialami oleh pemain gim Genshin Impact.

Narasumber 1.
Pewawancara : Siang kak, atas nama siapa.
Narasumber : Iya kak, aku Namanya Elizabeth Veronica Ete biasa dipanggil vero
Pewawancara : Kak vero. Aku Mau tanya dong kak, apakah kamu bermain game genshin impact?
Narasumber : Iya aku bermain game genshin impact, karena game kesukaanku memang itu saja kak.
Pewawancara : Jadi, game pertama kali kakak mainkan saat mau main game adalah game genshin ini kak?
Narasumber : Iya betul sekali.
Pewawancara : Oh, Seberapa sering kak main game genshin?
Narasumber : Hampir tiap hari sih kak, kayak kalau ada jam kosong dan sebelum tidur dan walau pun kalau mau mepet ngantuk gitu yak masih harus main.
Pewawancara : Oh oke kak, biasanya nih, permasalahan apa yang biasa terjadi, membuat orang jadi tidak loyal untuk bermain game genshin?
Narasumber : Kalau dari aku sih, melihatnya, satu dari kan ada game sebelahnya yaitu satu company yang hoyoverst ini ada namanya honkai star rail, dia juga game baru tapi sudah enak dapet bintang lima gratis sedangkan genshin yang sudah lumayan lama tapi ga dapet treatment kayak honkai gitu ga ada B lima gratis. Kedua menurut ku periklanan yang ambigu. Jadi agak kayak periklanan untuk dapet skin gratis tapi ternyata itu ada persyaratannya harus beli PS5 baru bisa dapet skin nya gitu sih kak.
Pewawancara : Terus menurut kaka, berarti kekurangan dari game genshin impact ini menurut kaka itu apa sih?
Narasumber : Kekurangannya sih ya aku liat mungkin waktu sih ya. Soalnya kayak ini ada misi harian gitu ya. Misi hariannya itu kayak memakan waktu lama, jadi kita butuh buru buru juga tapi karena nyelesaikan misi harian itu lama jadi kayak males juga tapi yaa emang harus dilakuin emang nih permasalahan di waktu untuk kekurangannya.
Pewawancara : Nah karena ada kekurangan pasti ada kelebihan dong kak. Menurut anda, kelebihan dari game genshin ini apa?

Narasumber : Kelebihannya sih ya, mungkin kalau aku bisa Co-op maksudnya bisa main dengan teman-teman dan dengan grafik genshinnya yang bagus lalu bisa berpetualangan seolah-olah lagi real adventure gitu sih kak.
Pewawancara : Oke kak sekian itu saja pertanyaannya, terimakasih kak.
Narasumber : Oke terima kasih juga ya kak

<u>Narasumber 2</u>
Pewawancara: Permisi selamat siang kak, atas nama siapa ?
Narasumber: Ini aku atas nama Daffa Nurhata Erlangga bisa dipanggil angga.
Pewawancara: kak boleh tanya sebentar ga, apakah kaka bermain game genshin impact?
Narasumber: Iya saya bermain Genshin impact.
Pewawancara: game pertama kali anda mainkan saat mau main game itu apa?
Narasumber: Kalo mau main game sih Genshin ya. Karena harus ngerjain beberapa quest harian. Jadi kalau mau main game, pasti pilih Genshin duluan.
Pewawancara: seberapa sering sih kaka main game genshin impact ?
Narasumber: Setiap hari sih. Kalau udah ada jam kosong setelah kuliah langsung main
Pewawancara: oke, permasalahan apa yang biasa terjadi menurut orang jadi tidak loyal terhadap genshin impact?
Narasumber: Menurut saya sih lebih ke hadiahnya ya, jadi pas ada event besar besaran yang dirayakan bersama oleh perusahaan dan pemain gamenya tapi ternyata hadiahnya dikit dan disampaikan menggunakan kalimat hiperbola.
Pewawancara: oh jadi begitu ya kak, lalu kekurangan dari game genshin ini menurut anda apa sih?
Narasumber: Kalo menurut saya sih lebih ke komunitasnya. Karena komunitasnya menurut saya toxic banget dan terdapat beberapa kubu di dalamnya.
Pewawancara: lalu kalau kelebihan dari game genshin apa?
Narasumber: kalo menurut saya sih kelebihan gamenya sendiri brandnya sudah bagus dari desain karakter, customer servicenya, dan lain lainnya. Ditambah lagi di sisi komunitas yang kelebihanannya yaitu kompak bisa mengadakan event di berbagai daerah.
Pewawancara : Oh begitu ya kak, baiklah, terimakasih atas waktunya ya kak.
Narasumber : Sama-sama

<u>Narasumber 3</u>

Pewawancara : Selamat siang kak, kalau boleh tau dengan kaka siapa?
Narasumber : nama saya biasa dipanggil pajih
Pewawancara : Oke kak, apakah anda bermain game genshin impact?
Narasumber : Iya saya bermain game genshin
Pewawancara : Nah, kalau boleh tau kak, game yang pertama kali kaka mainkan saat mau main game itu apa kak?
Narasumber : Pertama kali ya? Biasanya ya kalau baru mulai membuka komputer saya membuka genshin untuk daily quest. Jadi setiap hari buka genshin.
Pewawancara : Jadi kira-kira seberapa sering kaka buka game genshin
Narasumber : Seperti saya bilang biasanya saya tiap hari untuk menyelesaikan daily quest dan mungkin farming artefak juga untuk memperkuat tiap karakter.
Pewawancara : Biasanya nih kak, permasalahan apa yang biasa terjadi yang membuat orang jadi tidak loyal terhadap genshin
Narasumber : permasalahan yang membuat tidak loyal itu karena genshin memiliki memiliki requirement device yang cukup berat, dan setiap kali ada update sizenya selalu besar bisa 5giga ke atas. Itu untuk orang yang menggunakan kuota itu rada susah ya
Pewawancara : oke kak, untuk kekurangan dari genshin menurut and aitu apa?
Narasumber : kekurangan genshin yang cukup krusial sih pingnya itu tidak stabil untuk di indonesia. kalau memang bisa di perbaiki mungkin pemain jadi lebih loyal kepada gamenya gitu.
Pewawancara : Kalau kelebihan dari game genshin menurut kaka apa?
Narasumber : kelebihan dari genshin sih cukup banyak, dari grafis anime yang sekarang banyak di gemari, stori dan dunia nya yang menarik untuk di telusuri.
Pewawancara : Ohh gitu yak kak, sekian itu saja pertanyaan saya kak, terimakasih ka katas waktunya
Narasumber : Ya, sama-sama

Narasumber 4
Pewawancara : Selamat siang kak, kalau boleh tau dengan kaka siapa namanya?
Narasumber : nama saya Adrian
Pewawancara : Oke kak, kaka apakah kaka bermain game genshin impact?
Narasumber : Ya saya bermain genshin impact walau pun tidak terlalu memfokuskan hanya sekedar waktu luang saja.
Pewawancara : Oh gitu ya kak, emang game yang kaka mainkan saat mau main game, game apa sih?

Narasumber : Saya biasanya bermain game yang memiliki sistem Turn Based atau jalan secara bergiliran dan game Shooter, Seperti Persona series dan Valorant
Pewawancara : Seberapa sering sih kakak bermain game genshin ini?
Narasumber : Seberapa sering saya main game genshin ini, saya biasanya hanya bermain genshin dengan jangka waktu sekitar setengah jam hanya untuk menyelesaikan quest-quest harian, ga terlalu lama juga sih, masuk game selesaikan habis itu udah saya tutup lagi.
Pewawancara : Biasa berapa hari sekali kaka tau hamper tiap hari main genshin?
Narasumber : Ya bisa dibilang tiap hari soalnya reset jam tiga pagi, jadi jam tiga pagi itu saya bangun saya tutup dan di siang sore hari tidak saya buka lagi.
Pewawancara : Oh gitu ya kak, nih kak biasanya permasalahan apa sih yang biasanya terjadi membuat orang jadi tidak loyal terhadap game genshin ini?
Narasumber : Menurut saya sendiri, Genshin menggunakan sistem gacha yang membuat banyak player merasa harus membayar sekian rupiah hanya untuk mendapatkan karakter dan perlengkapan yang mereka mau serta harus membentuk karakter menjadi kuat yang memakan waktu yang sangat lama dan biasanya para player pun tidak memiliki waktu luang yang lama.
Pewawancara : Menurut kaka, kekurangan dari game genshin ini apa ya kak?
Narasumber : Kekurangan dari game genshin itu resource yang kurang, mereka kan menggunakan system resin yang sehari 160 resin, sementara untuk membuat karakter itu minimal membutuhkan 40 dan itu pun juga baru di upgrade dan alhasil dari perlengkapan itu pun harus di upgrade dulu dan memiliki peta yang luas sehingga banyak player yang tidak memiliki waktu luang tidak dapat menyelesaikan quest-quest tertentu
Pewawancara : Gitu ya kak, Kan ini kekurangan genshin nya ya, ada ga sih kelebihan dari game genshin menurut kaka?
Narasumber : Dari menurut saya, Kelebihan dari Genshin memiliki beberapa cerita yang menurut saya memiliki ciri khas masing-masing pada daerah yang mereka buat dan memiliki keindahan dan keseruan pada latar belakang dari masing-masing karakter yang dibuat.
Pewawancara : Oh gitu ya kak, itu saja sekian dari pertanyaan saya, terimakasih ka katas waktunya
Narasumber : Ya terimakasih juga.

Lampiran 4.1 Kuesioner

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 N : Netral
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

Variabel	Pernyataan	Skala Interval				
		STS	TS	N	S	SS
Elektronik Word of Mouth	menginformasikan kepada kolega dan teman bahwa telah bermain gim genshin melalui berbagai platform media sosial, situs web, blog, obrolan, surel, atau media online lainnya.					
	berbagi cerita tentang pengalaman positif kepada kolega dan teman melalui berbagai platform media sosial, situs web, blog, obrolan, surel, atau media online lainnya.					
	merekomendasikan merek jika ada yang bertanya melalui berbagai platform media sosial, situs web, blog, obrolan, surel, atau media online lainnya.					
	saya akan menandai akun resmi merek tersebut pada foto yang diunggah (baik di feed atau story) saat menggunakan produk tersebut.					

Komunitas Online	merasa pengalaman bermain gim genshin sangat sesuai dengan media sosial atau komunitas online resmi genshin.					
	merasa terhubung dengan merek tersebut dan merasa bahwa identitas atau keberadaannya sejalan dengan apa yang ada dalam komunitas atau lingkungan online yang terkait dengan merek tersebut.					
	memiliki minat atau aspirasi yang serupa dalam berpartisipasi dalam komunitas atau lingkungan online yang terkait dengan merek tersebut.					
	hubungan pembicara dengan pengikutnya di media sosial atau anggota komunitas online sebuah merek tertentu sangat berarti atau penting.					
Iklan Online	memberikan perhatian khusus terhadap iklan-iklan yang ditampilkan secara daring					
	memiliki kecenderungan atau kesukaan terhadap iklan-iklan online yang mempromosikan merek tertentu.					
	berencana untuk mengklik atau mengklik iklan yang ditampilkan secara daring oleh merek tertentu yang muncul di internet.					
	tertarik untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana merek tersebut mempromosikan dirinya secara online.					
Citra Merek	Genshin dapat menciptakan gim yang dapat memikat para pemainnya.					

	Genshin telah memiliki banyak pengalaman yang panjang dalam industri gim.					
	Genshin dianggap sebagai representasi dari industri gim					
	Genshin Impact adalah perusahaan yang fokus pada kepuasan pelanggan dalam pengembangan produk dan layanan mereka.					
Loyalitas Merek	sangat senang memainkan gim Genshin Impact.					
	akan membeli item terbaru yang ada dalam gim Genshin Impact.					
	Genshin Impact adalah pilihan pertama saya saat ingin bermain gim.					
	saya rela membayar harga lebih tinggi pada Genshin dibandingkan gim lainnya.					



Lampiran 5.1 Formulir Bimbingan Skripsi

	FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-03
		No. Dokumen

Nama Mahasiswa : Monika Claudia Sarita
 Prodi/NIM : Manajemen / 2020021102
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Analisis Pengaruh E-WOM, Komunitas Online, dan Iklan Online Terhadap Loyalitas Merek melalui Mediasi Citra Merek (Studi Pada Gamers Genshin Impact Generasi Z)

No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	16 Mei 2024	Menyusun Kuesioner, membenarkan pertanyaan dan menyamakan kuesioner dengan jurnal landasan	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
2	23 Mei 2024	Perbaikan kuesioner dan pemantauan kuesioner, selaras dengan jurnal landasan	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
3	27 Mei 2024	Mencoba aplikasi smart pls dan uji coba running data	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
4	31 Mei 2024	Mencoba dan menganalisis data responden dan mencoba running data	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
5	4 Juni 2024	Mencoba mengolah data untuk bab 4, Menyusun olah data	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
6	6 Juni 2024	revisi dan penyusunan bab 4	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
7	10 Juni 2024	revisi bab 4 dan revisi bab 5	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>
8	13 Juni 2024	revisi bab 5 dan perbaikan interpretasi, tambahkan implementasi	<i>Ar</i>	<i>lyp</i>

* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

	
Mahasiswa Monika Claudia Sarita	Dosen Pembimbing Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.

Lampiran 6.1 Formulir Pengajuan Skripsi

	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		<i>Form. Pengajuan</i>

Nama Mahasiswa : Monika Claudia Sarita
 Prodi/NIM : Manajemen / 2020021102
 Judul Skripsi/TA : Analisis Pengaruh E-WOM, Komunitas Online, dan Iklan Online Terhadap Loyalitas Merek melalui Mediasi Citra Merek (Studi Pada Gamers Genshin Impact Generasi Z)

Dosen Pembimbing : 1. Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.
 : 2.




Dosen Penguji : 1. Dr. Dede Suleman, S.E., M.M, CMA JAD : Lektor
 : 2. Dalzanolo Hulu, S.E., M.E., CRM., CRP. JAD : Lektor
 : 3. JAD :

Jadwal Sidang : Tempat : Universitas Pembangunan Jaya Hari/Tanggal: 24 Juni 2024


Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	✓	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayoritas Prodi	✓	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	✓	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	✓	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	✓	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	✓	

Tangerang Selatan, Jumat, 14 Juni 2024

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Monika Claudia Sarita	Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc	Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M, CMA

Lampiran 7 1 Form Revisi Skripsi Dosen Pembimbing

	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-1/04/SOP-06/F-05

Nama Mahasiswa : Monika Claudia Saria
 Program Studi/NIM : Manajemen / 2020021102
 Judul Skripsi : Analisis Ibragah E-wom, komunitas online, dan iklan online terhadap loyalitas merek melalui media sosial omni merek (Studi pada Bombers Gasterin Ibragah (Persepsi 2)
 Jadwal Sidang : Senin, 24 Juni 2024
 Dosen Pembimbing : Cynthia Sari Dewi SE, MSc, CSA

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:


1. Bag pengantar halaman ke 57 lupa menyertai.

$H_0 : P_1 \leq E-wom - part 1$

$H_a : P_1 > E-wom - part 1$

bagitu yg dg hipotesis 2-7

Tangerang Selatan, 24 Juni 2024




 Dosen Pembimbing*
 Cynthia Sari Dewi

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555


Lampiran 8 1 Form Revisi Skripsi Dosen Penguji 1

	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-I/04/SOP-06/F-05
Nama Mahasiswa	: Manika Claudia Saria	
Program Studi/NIM	: Manajemen / 2020021102	
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh etnomarketing dan komunikasi melalui media sosial terhadap loyalitas merek melalui mediasi online merek (Studi pada Comers Gencan Impact Beremas 2)	
Jadwal Sidang	: Senin, 24 Juni 2024	
Dosen Penguji 1	: Dr. Dede Suleman, M.H. CMA.	

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Hasil penulisan di perbaiki dan output hasil nya
- 2) Revisi dan seagamkan tabel
- 1) Revisi penulisan sesuai panduan
- 1) Guncam mendalang
- 1) teori bab II akan diganti bab IV (khususnya sama-sama case study)
- 2) Daftar pustaka putaka di tulis index perabara/buku dan huruf kecil
- 1) Jami di perbaiki sesuai penulisan


Tangerang Selatan, Senin, 24 Juni 2024


Ketua Penguji/Dosen Penguji 1*
Dr. Dede Suleman, M.H. CMA

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555

Lampiran 9 1 Form Revisi Skripsi Dosen Penguji 2

 Universitas Pembangunan Jaya	FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA	SPT-1/04/SOP-06/F-05
--	-------------------------------------	----------------------


Nama Mahasiswa : Manika Claudia Sarita
Program Studi/NIM : Manika Claudia Sarita
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Esem, komunitas online, dan iklan online terhadap loyalitas merek melalui mediasi citra merek (Studi pada Owners Restoran Impact Generasi Z)
Jadwal Sidang : Senin, 24 Juni 2024
Dosen Penguji 2 : Dalizano Huk, S.E., M.E., CRM, CRP.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

Catatan

1. Revisi Rumusan Pengujian Hipotesis
2. Tidak mengungkap tentang variabel

Tangerang Selatan, 24 Juni 2024



Anggota Penguji/Dosen Penguji 2*
Dalizano Huk, S.E., M.E., CRM, CRP.

*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555