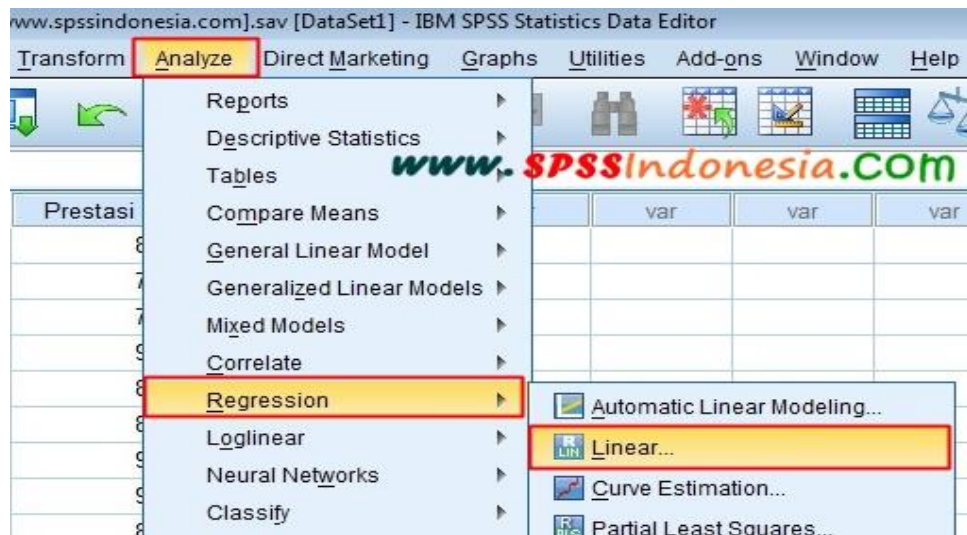


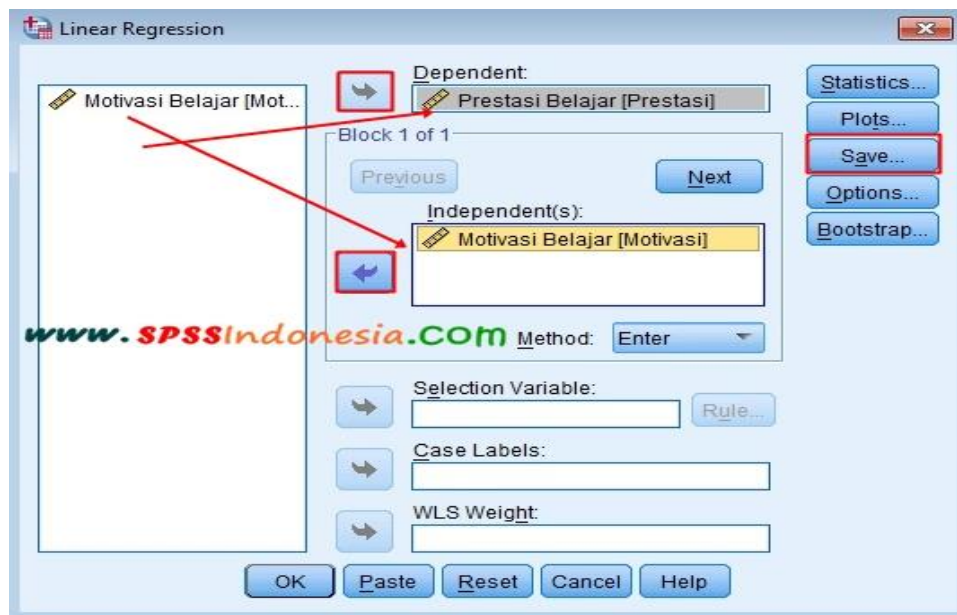
LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Langkah Uji Normalitas

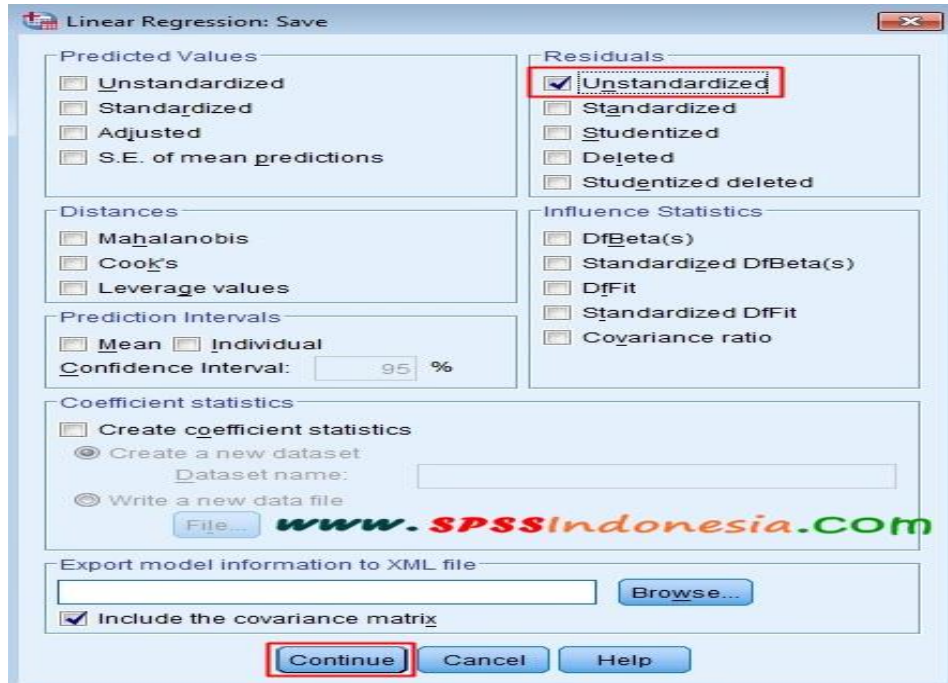
- Pertama kita akan memunculkan nilai unstandardized residual (RES_1) yang selanjutnya kita akan uji normalitasnya. Dari menu SPSS pilih Analyze, kemudian klik Regression lalu pilih Linear



- Muncul kotak dialog dengan nama “Linear Regression”, lalu masukan variabel (Y) ke dependent: lalu masukan variabel (X) ke independent kemudian klik save.



- Lalu muncul kotak dialog dengan nama “Linear Regression: Save”, pada bagian “Residuals”, centang Unstandardized selanjutnya klik Continue lalu Ok

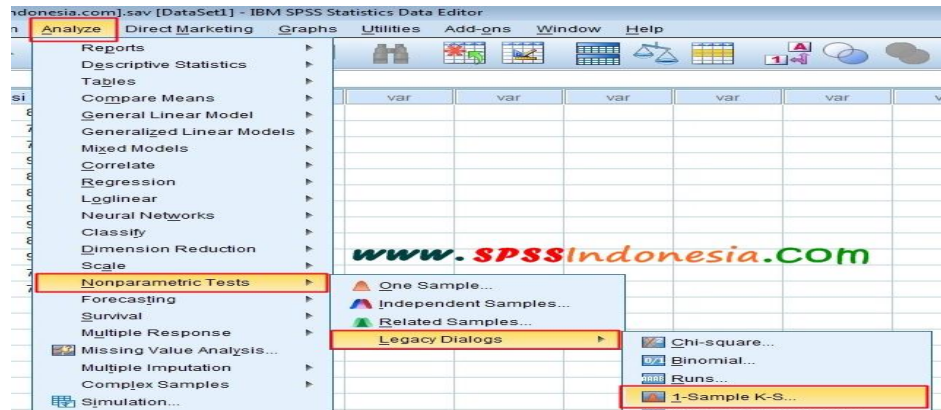


- Selanjutnya akan muncul variabel baru dengan nama RES_1. Dibawah ini

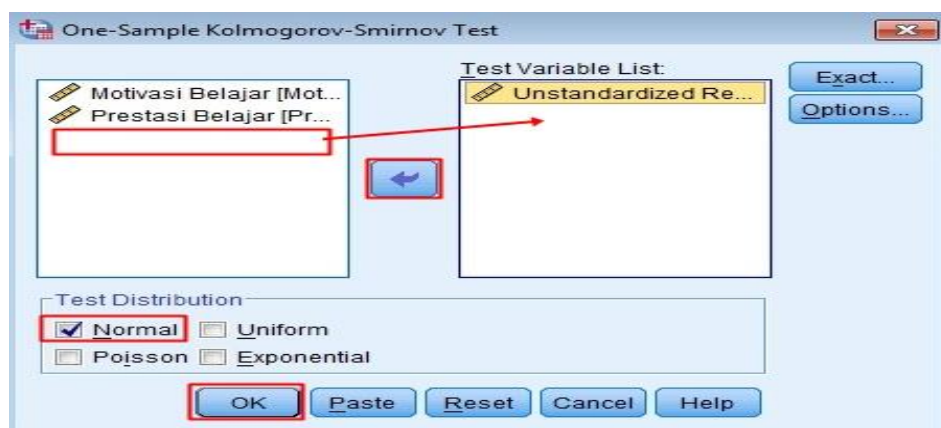
	Motivasi	Prestasi	RES_1
1	75	80	-6,81766
2	60	75	,01591
3	65	75	-3,92862
4	75	90	3,18234
5	65	85	6,07138
6	80	85	-5,76218
7	75	95	8,18234
8	80	95	4,23782
9	65	80	1,07138
10	80	90	-,76218
11	60	75	,01591
12	67	75	-5,50643
13			
14			

- Selanjutnya Langkah uji normalitas klomogrov-smirnov, pilih Analyze, lalu pilih Nonparametric Tests, klik Legacy Dialogs, kemudian pilih submenu 1-Sample K-S

- Selanjutnya Langkah uji normalitas klomogrov-smirnov, pilih Analyze, lalu pilih Nonparametric Tests, klik Legacy Dialogs, kemudian pilih submenu 1-Sample K-S



- Muncul kotak dengan nama “One Sample Kolmogrov-Smirnov Test”, lalu masukan variabel Unstandardized Residuals ke kotak Test Variabel List: pada “Test Distribution” aktifkan/centang pilih Normal lalu klik Ok



- Muncul tabel output di SPSS “One Sample Kolmogrov-Smirnov Test”

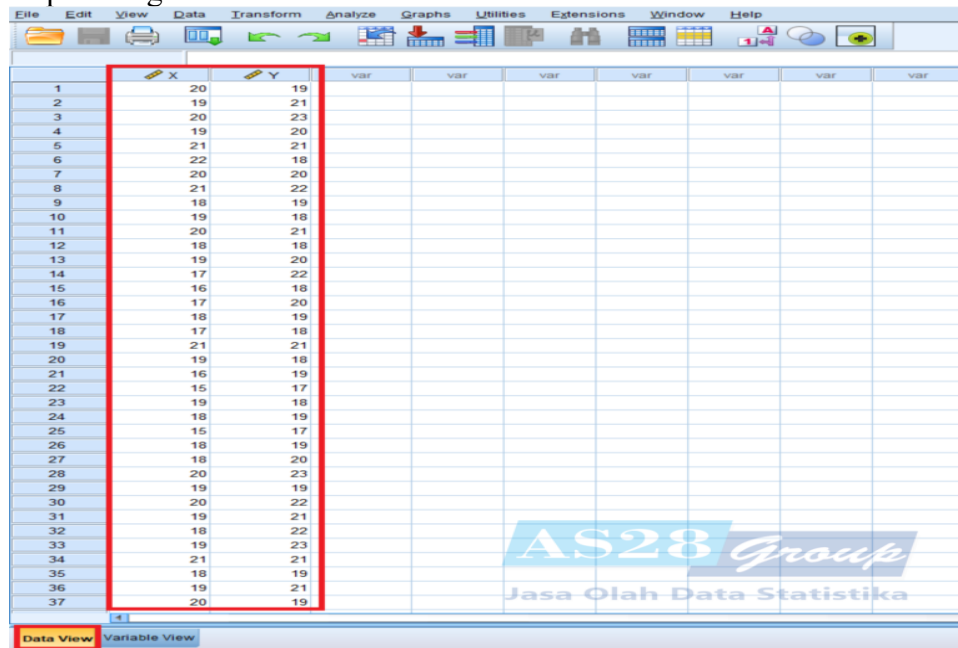
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
www.SPSSIndonesia.COM		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,85298445
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,124
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		,430
Asymp. Sig. (2-tailed)		,993

a. Test distribution is Normal.

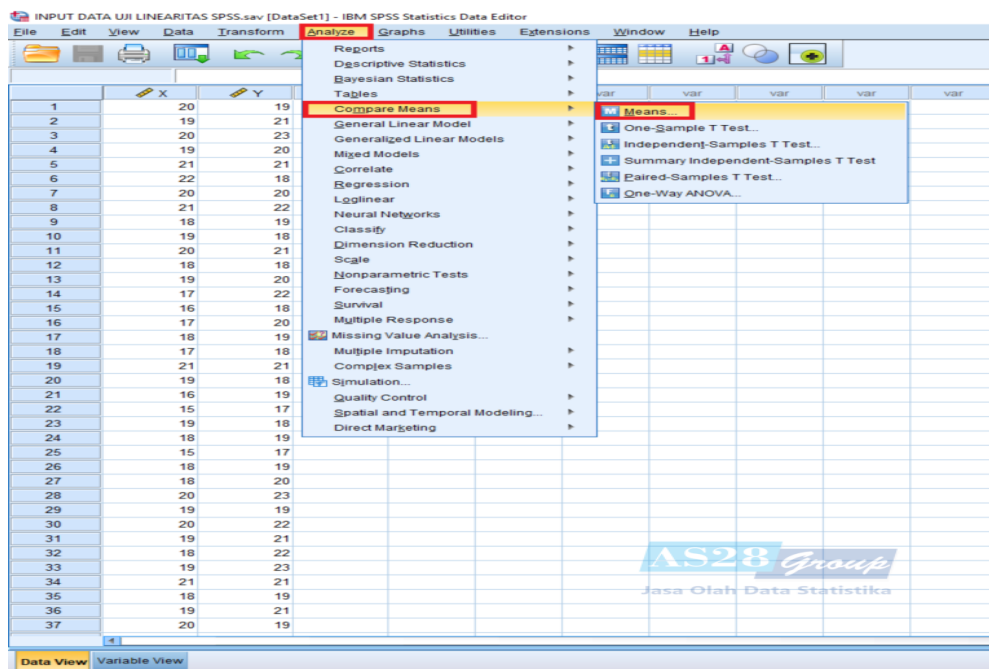
b. Calculated from data.

LAMPIRAN 2. Langkah Uji Linearitas

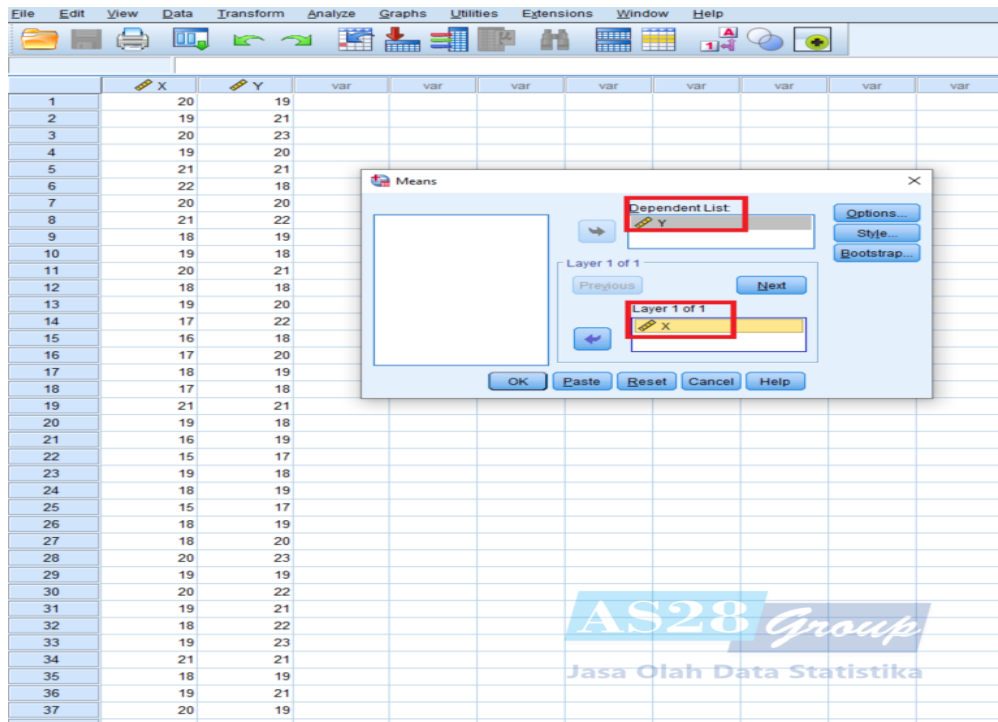
- Siapkan tabulasi data di Excel, lalu input data atau masukan data ke SPSS pada Page Data View



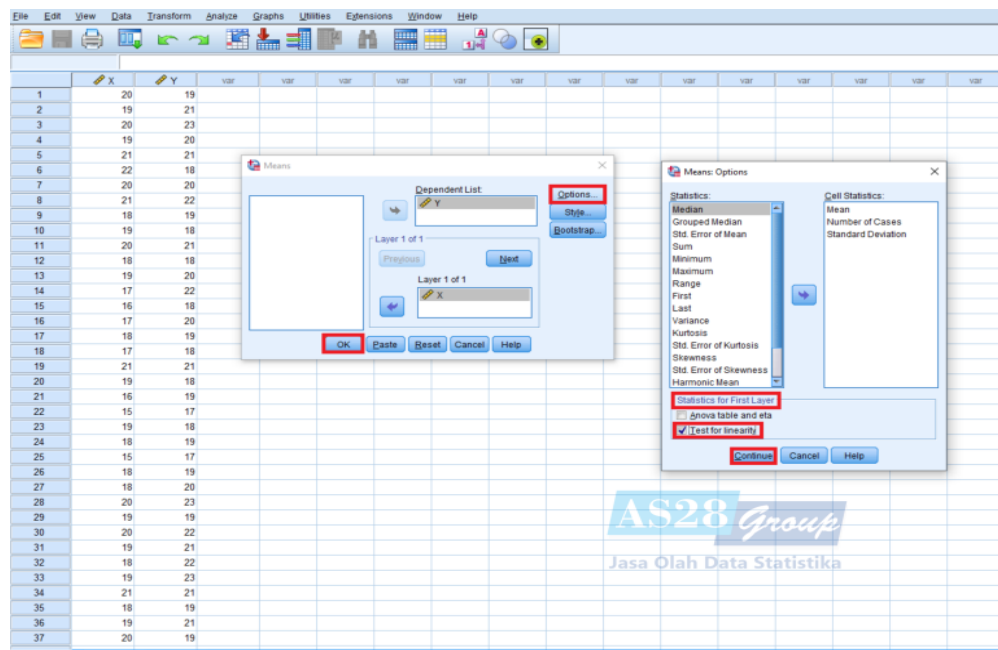
- Selanjutnya lakukan analisis data, dengan cara pilih menu *Analyze – Compare means – Means*



- Masukan Variabel X (Independen) ke kolom *Layer 1 of 1* dan variabel Y (Dependen) masukan ke kolom *Dependent*



- Selanjutnya pilih **Options – Ceklis Test For Linearity – Continue** dan **OK**



- Keluar **Output SPSS** untuk **Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	311,157	10	31,116	9,771	,000
		Linearity	261,152	1	261,152	82,007	,000
		Deviation from Linearity	50,005	9	5,556	1,745	,093
	Within Groups		245,207	77	3,185		
	Total		556,364	87			

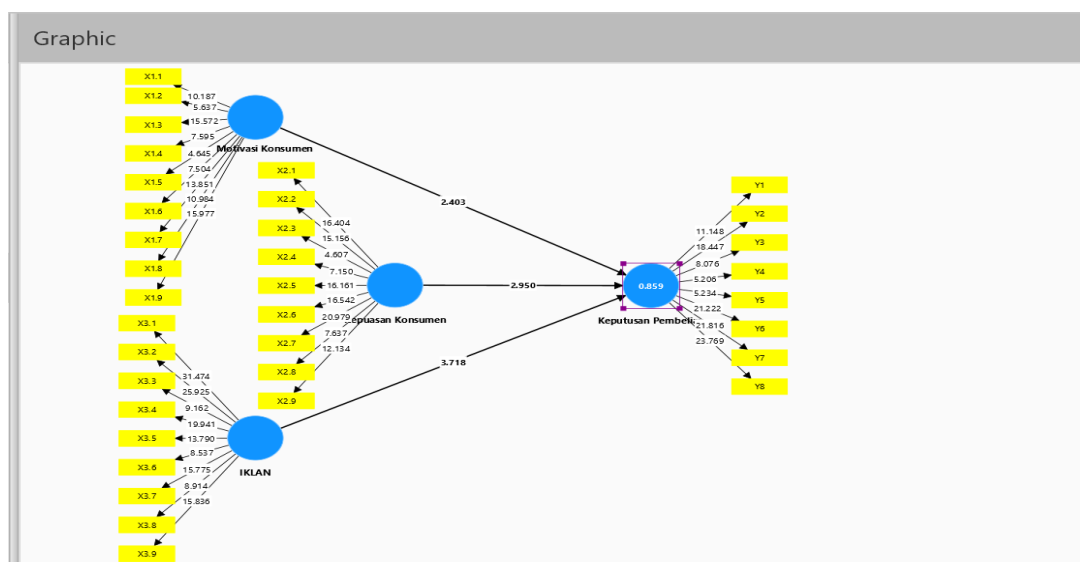
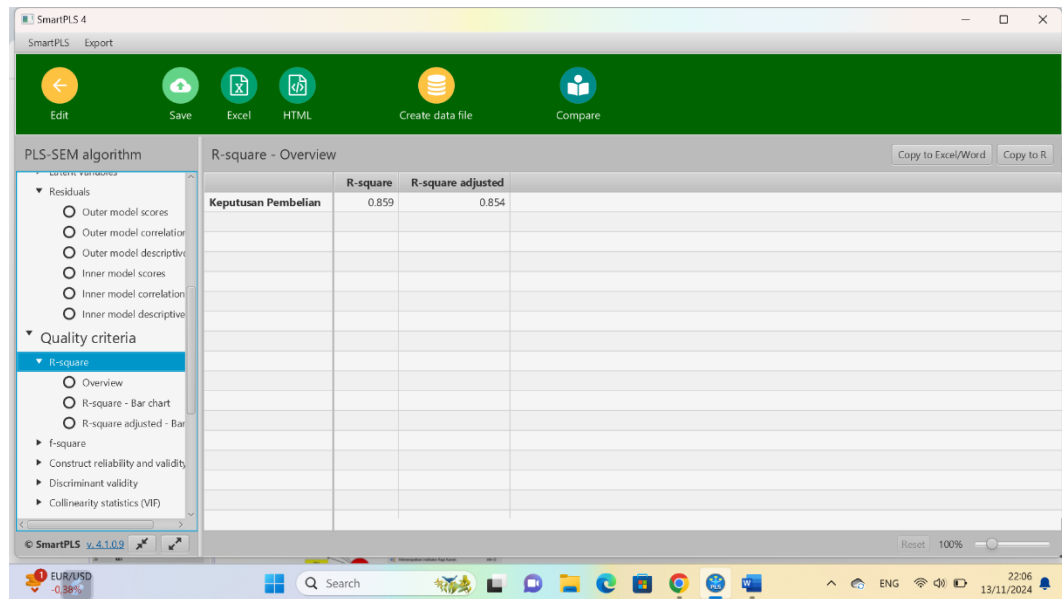
AS28 Group
Jasa Olah Data Statistika

- **Kriteria Pengujian Uji Linearitas (*Deviation From Linearity*) :**
- Nilai Sig. *Deviation From Linearity* > 0,05 berkesimpulan Linear.
- Nilai Sig. *Deviation From Linearity* < 0,05 berkesimpulan Tidak Linear
- **Kriteria Pengujian Uji Linearitas (*Linearity*) :**
- Nilai Sig. *Linearity* > 0,05 berkesimpulan Tidak Linear.
- Nilai Sig. *Linearity* < 0,05 berkesimpulan Linear

LAMPIRAN 3. Langkah Uji Heteroskedastisitas

1. Buka program SPSS dan klik “Variable View”.
2. Tulis nama variabel Motivasi, Minat, dan Prestasi. Sesuaikan pengaturan lainnya seperti angka desimal, label, dan measure. Abaikan yang lainnya.
3. Klik “Data View” dan masukkan data penelitian untuk variabel Motivasi, Minat, dan Prestasi.
4. Buat persamaan regresi untuk variabel penelitian dan tambahkan variabel Unstandardized residual (RES_1).
5. Buat variabel Abs_RES dengan menghitung nilai absolut dari RES_1.
6. Lakukan uji Glejser dengan menggunakan variabel Abs_RES sebagai variabel dependent.
7. Interpretasikan hasil uji Glejser berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) untuk masing-masing variabel.

LAMPIRAN 4. Hasil Uji Hipotesis



SmartPLS 4 Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
IKLAN -> Keputusan Pembelian	0.312	0.297	0.084	3.718	0.000
Kepuasan Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.404	0.420	0.137	2.950	0.003
Motivasi Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.253	0.256	0.105	2.403	0.016

LAMPIRAN 5. Hasil Uji validitas dan Realibilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.255*	.444**	.473**	.196	.290**	.635**	.535**	.496**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.022	.000	.000	.082	.009	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.255*	1	.479**	.436**	.375**	.462**	.361**	.285*	.392**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.022		.000	.000	.001	.000	.001	.010	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.444**	.479**	1	.537**	.474**	.523**	.480**	.511**	.694**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.473**	.436**	.537**	1	.443**	.320**	.420**	.407**	.464**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.196	.375**	.474**	.443**	1	.270*	.297**	.335**	.342**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.082	.001	.000	.000		.016	.008	.002	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.6	Pearson Correlation	.290**	.462**	.523**	.320**	.270*	1	.515**	.404**	.655**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.004	.016		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.7	Pearson Correlation	.635**	.361**	.480**	.420**	.297**	.515**	1	.617**	.504**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.008	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.8	Pearson Correlation	.535**	.285*	.511**	.407**	.335**	.404**	.617**	1	.511**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.9	Pearson Correlation	.496**	.392**	.694**	.464**	.342**	.655**	.504**	.511**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.692**	.615**	.811**	.699**	.555**	.698**	.764**	.729**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.878	9

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.683**	.437**	.321**	.504**	.655**	.501**	.406**	.560**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.683**	1	.270*	.352**	.517**	.554**	.629**	.419**	.556**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.437**	.270*	1	.228*	.315**	.547**	.286*	.355**	.552**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016		.042	.004	.000	.010	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.321**	.352**	.228*	1	.560**	.409**	.464**	.577**	.484**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.042		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.504**	.517**	.315**	.560**	1	.532**	.652**	.456**	.576**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	.655**	.554**	.547**	.409**	.532**	1	.489**	.482**	.603**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.7	Pearson Correlation	.501**	.629**	.286*	.464**	.652**	.489**	1	.544**	.584**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.8	Pearson Correlation	.406**	.419**	.355**	.577**	.456**	.482**	.544**	1	.463**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.9	Pearson Correlation	.560**	.556**	.552**	.484**	.576**	.603**	.584**	.463**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.T	Pearson Correlation	.763**	.760**	.595**	.654**	.769**	.799**	.779**	.702**	.813**	1
OTA	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
L	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.896	9

		Correlations									
		IK.1	IK.2	IK.3	IK.4	IK.5	IK.6	IK.7	IK.8	IK.9	total
IK.1	Pearson Correlation	1	.683**	.437**	.321**	.504**	.655**	.501**	.406**	.560**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.2	Pearson Correlation	.683**	1	.270*	.352**	.517**	.554**	.629**	.419**	.556**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.3	Pearson Correlation	.437**	.270*	1	.228*	.315**	.547**	.286*	.355**	.552**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016		.042	.004	.000	.010	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.4	Pearson Correlation	.321**	.352**	.228*	1	.560**	.409**	.464**	.577**	.484**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.042		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.5	Pearson Correlation	.504**	.517**	.315**	.560**	1	.532**	.652**	.456**	.576**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.6	Pearson Correlation	.655**	.554**	.547**	.409**	.532**	1	.489**	.482**	.603**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.7	Pearson Correlation	.501**	.629**	.286*	.464**	.652**	.489**	1	.544**	.584**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.8	Pearson Correlation	.406**	.419**	.355**	.577**	.456**	.482**	.544**	1	.463**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
IK.9	Pearson Correlation	.560**	.556**	.552**	.484**	.576**	.603**	.584**	.463**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
total	Pearson Correlation	.763**	.760**	.595**	.654**	.769**	.799**	.779**	.702**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.896	9

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	total
Y1	Pearson Correlation	1	.583**	.306**	.304**	.607**	.556**	.585**	.735**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.006	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.583**	1	.328**	.411**	.286**	.592**	.723**	.616**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.306**	.328**	1	.437**	.377**	.499**	.433**	.503**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.006	.003		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	.304**	.411**	.437**	1	.282*	.433**	.598**	.450**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.011	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	.607**	.286**	.377**	.282*	1	.495**	.360**	.544**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.001	.011		.000	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y6	Pearson Correlation	.556**	.592**	.499**	.433**	.495**	1	.635**	.708**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y7	Pearson Correlation	.585**	.723**	.433**	.598**	.360**	.635**	1	.679**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y8	Pearson Correlation	.735**	.616**	.503**	.450**	.544**	.708**	.679**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
total	Pearson Correlation	.791**	.756**	.622**	.639**	.665**	.820**	.834**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.892	8

LAMPIRAN 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81381345
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.056
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN 7. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN	Between	(Combined)	1068.494	17	62.853	9.706	.000
PEMBELIAN *	Groups	Linearity	905.410	1	905.410	139.812	.000
MOTIVASI		Deviation from Linearity	163.084	16	10.193	1.574	.103
Within Groups			401.506	62	6.476		
Total			1470.000	79			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN	Between	(Combined)	1172.569	16	73.286	15.523	.000
PEMBELIAN *	Groups	Linearity	1088.970	1	1088.970	230.659	.000
KEPUASAN		Deviation from Linearity	83.599	15	5.573	1.180	.310
Within Groups			297.431	63	4.721		
Total			1470.000	79			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN	Between	(Combined)	1164.052	19	61.266	12.015	.000
PEMBELIAN *	Groups	Linearity	1053.400	1	1053.400	206.584	.000
IKLAN		Deviation from Linearity	110.652	18	6.147	1.206	.286

Within Groups	305.948	60	5.099		
Total	1470.000	79			

LAMPIRAN 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.155	1.074	3.868	.000	
	X1	-.063	.062	-.247	-.1013	.314
	X2	.044	.061	.184	.715	.477
	X3	-.055	.049	-.257	-1.117	.268

a. Dependent Variable: ABS_RES

LAMPIRAN 9. QUISSIONER PENELITIAN

MOTIVASI KONSUEM							
NO	PERTANYAAN	JAWABAN					SKOR
		STS	TS	N	S	SS	
Kebutuhan Fisiologi							
1	Apakah produk formosa snack menjadi pilihan utama anda ketika ingin camilan yang cepat dan mudah dikonsumsi?						
2	Apakah harga produk formosa snack memengaruhi keputusan anda dalam membelinya untuk memenuhi kebutuhan camilan?						
3	Apakah Anda memilih produk formosa snack karena rasanya yang enak dan gurih dapat membantu memuaskan keinginan makan camilan?						
Rasa Aman							
1	Apakah Anda merasa makanan ringan formosa snack aman dikonsumsi karena memiliki sertifikasi Halal.						
2	Seberapa besar rasa percaya Anda terhadap kualitas dan keamanan produk formosa snack dibandingkan dengan produk serupa lainnya?						
3	Apakah Anda memilih makanan ringan formosa snack karena bebas						

	dari bahan pengawet atau bahan kimia berbahaya?						
Kebutuhan Sosial							
1	Saya sering membeli makanan ringan ini untuk dinikmati bersama teman atau keluarga?						
2	Seberapa sering Anda membeli makanan ringan ini berdasarkan rekomendasi dari teman atau keluarga?						
Harga Terjangkau							
1	Apakah Anda lebih memilih makanan ringan ini daripada produk lain karena harganya lebih murah?						

KEPUASAN KONSUMEN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
Kesesuaian Harga						
1	Apakah Anda merasa puas dengan harga produk makanan ringan yang di tawarkan formosa snack?					
2	Apakah menurut Anda harga makanan ringan dari formosa snack terjangkau untuk kualitas yang diberikan?					
3	Harga produk mempengaruhi Saya terhadap keputusan untuk membeli produk formosa snack?					
Niat Berkunjung Kembali						
1	Saya merasa puas dengan produk formosa snack sehingga Saya merasa ingin membelinya lagi?					
2	Apakah kualitas produk makanan ringan formosa snack membuat Anda tertarik untuk menjadi pelanggan tetap?					
3	Saya akan membeli produk formosa snack secara berulang karena harga yang ditawarkan memuaskan.					
Kesediaan Rekomendasi						
1	Saya merekomendasikan produk formosa snack kepada teman dan keluarga karena rasanya yang enak					
2	Saya merasa puas dengan produk formosa snack sehingga ingin merekomendasikannya kepada orang lain.					
3	Seberapa penting peran layanan pelanggan dan kualitas produk yang diberikan dalam kesediaan Anda untuk merekomendasikan produk formosa snack?					

IKLAN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
Memberikan Informasi						
1	Apakah iklan pada tik-tok formosa snack memberikan informasi promo dan diskon harga?					
2	Apakah iklan tik-tok formosa snack memberikan informasi tentang produk dan varian rasa terbaru?					
Membujuk						
1	Apakah iklan tik-tok formosa snack memberikan informasi tentang produk dan varian rasa terbaru?					
2	Daya tarik iklan mendorong saya untuk membeli produk secara langsung					
3	Pesan yang disampaikan dalam iklan formosa snack mampu mempengaruhi saya dalam melihat perbandingan keunggulan produk lain					
Mengingat						
1	Iklan tik-tok formosa snack mengingatkan tentang perubahan harga suatu produk					
2	Apakah setelah melihat iklan/konten dari tik-tok formosa snack anda teringat untuk membeli produk tersebut lagi?					
3	Iklan dapat membuat produk mudah diingat oleh konsumen					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
Kemantapan Sebuah Produk						
1	Produk formosa snack memberikan kualitas yang memadai sehingga Saya bersedia untuk membelinya?					
2	Seberapa besar pengaruh rasa dan kualitas produk terhadap keyakinan Anda dalam melakukan pembelian?					
3	Apakah Anda merasa yakin dengan pilihan produk formosa snack dibandingkan dengan produk serupa lainnya di pasaran?					
Kebiasaan Dalam Membeli Produk						
1	Saya lebih cenderung membeli produk makanan ringan yang sama berulang kali daripada mencoba varian yang berbeda?					
2	Saya membeli produk formosa snack karena dipengaruhi oleh preferensi anggota keluarga atau teman					
Memberikan Rekomendasi						
1	Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan produk formosa snack kepada teman atau keluarga setelah membeli?					

2	Apakah faktor harga, kualitas, atau rasa menjadi alasan utama Anda merekomendasikan produk formosa snack?					
3	Saya merekomendasikan produk formosa snack karena kualitas dan harga yang memuaskan.					

LAMPIRAN 10. Link Google Form

<https://forms.gle/3pJJhqekEWZDZt1GA>

LAMPIRAN 11. Link Bukti Permintaan Pengisian Quisioner Kepada Pelanggan Formosa Snack.

https://drive.google.com/drive/folders/1mqN7eDUNLDlvfPtj7_osC1u5pWUC4kC-

LAMPIRAN 12. Dokumentasi Kegiatan Penelitian dan Stakeholder

https://drive.google.com/drive/folders/10oFp0Z2FpEkndjpoB6T-dSrB_L-W3Sz8