

Lampiran : 1

Kuesioner Penelitian

Pengaruh *Lifestyle*, *Fashion Involvement* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thriftzy.second Ponorogo

Assalamu'alaikum wr. wb.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Dalam rangka untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo, saya Rerinta Rega Sarasmitha NIM 18414793 sebagai peneliti memberitahukan bahwa saya akan menyelenggarakan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Lifestyle*, *Fashion Involvement* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thriftzy.second Ponorogo**". Maka saya mohon kesediaan dari saudara/I untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sejujur jujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kerja sama yang baik dan kesungguhan saudara/I dalam mengisi kuesioner, saya ucapkan terimakasih

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.

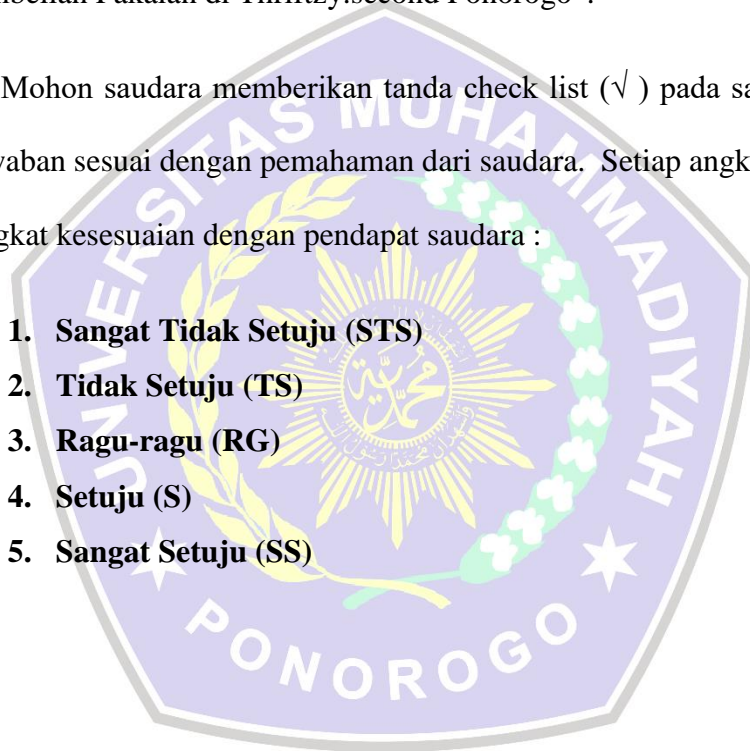
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling benar.

B. Daftar Pertanyaan

Berikut ini adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai mengenai “ Pengaruh *Lifestyle, Fashion Involvement* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Thriftzy.second Ponorogo“.

Mohon saudara memberikan tanda check list (√) pada salah satu pilihan jawaban sesuai dengan pemahaman dari saudara. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat saudara :

1. **Sangat Tidak Setuju (STS)**
2. **Tidak Setuju (TS)**
3. **Ragu-ragu (RG)**
4. **Setuju (S)**
5. **Sangat Setuju (SS)**



DATA RESPONDEN

Kepada Yth.Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

A. Identitas Responden

1. Nama : (Boleh Di Isi Dengan Inisial)
2. Alamat (Kota) :
3. Jenis Kelamin :
 - Laki-Laki
 - Perempuan
4. . Usia : tahun
5. Pekerjaan :
6. Pendapatan/bulan :
 - < Rp. 1.000.000
 - Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
 - Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000
 - Rp.3.000.000 – Rp.4.000.000
 - Rp.4.000.000 – Rp. 5.000.000
 - > Rp.5.000.000

B. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling benar.

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Ragu-ragu (RG)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
Life Style (X1)						
Aktivitas						
X1.1	Saya mengunjungi “Thriftzy.second” Ponorogo ketika ingin membeli salah satu brand yang ditawarkan					
X1.2	Pada saat membeli saya menyesuaikan dengan trend <i>fashion</i> yang sedang berkembang					
Ketertarikan						
X1.3	Ketika berbelanja di “Thriftzy.second” Ponorogo saya ingin membeli pakaian lebih dari satu					
X1.4	Saya berbelanja pakaian dengan brand terkenal di “Thriftzy.second” Ponorogo karena harganya ekonomis					
Pendapat						
X1.5	Menurut saya harga yang ditetapkan “Thriftzy.second” sesuai dengan kualitas produknya					
Fashion Involvement (X2)						
Keterlibatan Produk						
X2.1	Saya berbelanja di “Thriftzy.second” Ponorogo sesuai dengan kebutuhan saya.					
Keterlibatan Keputusan Pembelian						
X2.2	Saya berbelanja pakaian di “Thriftzy.second” Ponorogo dengan harga yang ekonomis.					
Keterlibatan Konsumsi						

X2.3	Ketika saya mengenakan pakaian dari “Triftzy.second” Ponorogo saya merasa percaya diri.					
X2.4	Dengan mengenakan pakaian dari “Triftzy.second” Ponorogo dapat menunjukkan status sosial seseorang.					
Keterlibatan Periklanan						
X2.5	Saya membeli produk <i>fashion</i> di “Triftzy.second” Ponorogo karena iklan di media sosial yang menarik.					
Persepsi Harga (X3)						
Keterjangkauan harga						
X3.1	Pakaian yang ditawarkan “Triftzy.second” Ponorogo harganya terjangkau					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
X3.2	Harga yang ditawarkan “Triftzy.second” Ponorogo sesuai dengan kualitas produk.					
Daya saing harga						
X3.3	Harga yang ditawarkan “Triftzy.second” Ponorogo lebih ekonomis di banding dengan <i>thrift store</i> lain.					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
X3.4	Harga yang ditawarkan “Triftzy.second” Ponorogo sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					
X3.5	Menurut saya harga produk yang ditawarkan “Triftzy.second” Ponorogo sesuai untuk semua jenis kalangan.					

Keputusan Pembelian (Y)						
Kemantapan pada sebuah produk						
Y1	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> di “Triftzy.second” Ponorogo karena yakin dengan informasi yang saya peroleh.					
Y2	Saya membeli salah satu brand di “Triftzy.second” Ponorogo karena sedang trend.					
Kebiasaan dalam membeli produk						
Y3	Saya selalu berbelanja pakaian di “Triftzy.second” Ponorogo untuk memenuhi kebutuhan <i>fashion</i> saya.					
Memberi rekomendasi kepada orang lain						
Y4	Saya akan merekomendasikan berbelanja di “Triftzy.second” kepada teman dan saudara saya.					
Melakukan pembelian ulang						
Y5	Berdasarkan <i>brand</i> yang <i>fashionable</i> dan harga yang ekonomis saya akan melakukan pembelian ulang di Triftzy.second Ponorogo.					

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

No.	Usia	Jenis Kelamin
1	19-25 Tahun	P
2	19-25 Tahun	P
3	19-25 Tahun	P
4	19-25 Tahun	P
5	19-25 Tahun	L
6	19-25 Tahun	P
7	19-25 Tahun	P
8	19-25 Tahun	L
9	19-25 Tahun	L
10	19-25 Tahun	P
11	19-25 Tahun	P
12	19-25 Tahun	P
13	19-25 Tahun	P
14	19-25 Tahun	P
15	19-25 Tahun	P
16	19-25 Tahun	L
17	19-25 Tahun	L
18	19-25 Tahun	L
19	19-25 Tahun	P
20	26-35 Tahun	P
21	19-25 Tahun	P
22	19-25 Tahun	P
23	19-25 Tahun	P
24	19-25 Tahun	P
25	19-25 Tahun	P
26	19-25 Tahun	P
27	19-25 Tahun	P
28	19-25 Tahun	P
29	19-25 Tahun	P
30	19-25 Tahun	P
31	19-25 Tahun	P
32	19-25 Tahun	P
33	19-25 Tahun	L
34	19-25 Tahun	P
35	19-25 Tahun	P
36	19-25 Tahun	P
37	19-25 Tahun	L
38	19-25 Tahun	L
39	19-25 Tahun	P
40	19-25 Tahun	P
41	19-25 Tahun	L
42	19-25 Tahun	P
43	26-35 Tahun	L
44	19-25 Tahun	L

45	19-25 Tahun	P
46	19-25 Tahun	P
47	19-25 Tahun	P
48	19-25 Tahun	P
49	26-35 Tahun	L
50	19-25 Tahun	P
51	19-25 Tahun	P
52	19-25 Tahun	L
53	19-25 Tahun	P
54	19-25 Tahun	P
55	19-25 Tahun	P
56	26-35 Tahun	L
57	26-35 Tahun	P
58	26-35 Tahun	P
59	26-35 Tahun	P
60	26-35 Tahun	L
61	26-35 Tahun	P
62	26-35 Tahun	P
63	26-35 Tahun	P
64	< 19 Tahun	L
65	< 19 Tahun	P
66	< 19 Tahun	L
67	< 19 Tahun	P
68	26-35 Tahun	P
69	26-35 Tahun	P
70	26-35 Tahun	L
71	26-35 Tahun	L
72	26-35 Tahun	L
73	26-35 Tahun	L
74	26-35 Tahun	L
75	26-35 Tahun	L
76	26-35 Tahun	L
77	26-35 Tahun	L
78	26-35 Tahun	L
79	26-35 Tahun	L
80	26-35 Tahun	L
81	26-35 Tahun	L
82	26-35 Tahun	L
83	26-35 Tahun	L
84	26-35 Tahun	L
85	19-25 Tahun	L
86	19-25 Tahun	L
87	19-25 Tahun	L
88	19-25 Tahun	L
89	> 35 Tahun	L
90	19-25 Tahun	L

91	19-25 Tahun	L
92	26-35 Tahun	P
93	> 35 Tahun	L
94	26-35 Tahun	L
95	> 35 Tahun	L
96	26-35 Tahun	P
97	26-35 Tahun	P
98	26-35 Tahun	P
99	26-35 Tahun	L
100	> 35 Tahun	L

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 19 Tahun	4	4.0	4.0	4.0
	19-25 Tahun	58	58.0	58.0	62.0
	26-35 Tahun	34	34.0	34.0	96.0
	> 35 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

JENISKELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Perempuan	55	55.0	55.0	55.0
Valid	Laki-laki	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Variabel *Life Style* (X₁)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	RG	23	23.0	23.0	27.0
	S	45	45.0	45.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	RG	24	24.0	24.0	28.0
	S	41	41.0	41.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	RG	23	23.0	23.0	26.0
	S	43	43.0	43.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	RG	22	22.0	22.0	26.0
	S	44	44.0	44.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RG	19	19.0	19.0	22.0
	S	42	42.0	42.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

No.	VARIABEL LIFE STYLE					X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	4	4	21
4	5	5	5	5	5	25
5	3	4	4	4	3	18
6	4	5	4	4	4	21
7	3	3	2	3	5	16
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	5	2	5	5	5	22
11	5	5	5	5	4	24
12	4	4	5	5	4	22
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	5	21
15	5	4	4	4	4	21
16	4	3	4	4	5	20

17	5	4	4	3	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	5	3	4	20
20	4	5	4	4	4	21
21	4	5	4	5	5	23
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	3	3	15
24	3	3	3	3	3	15
25	3	3	3	3	3	15
26	3	4	3	4	4	18
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	4	5	4	5	5	23
30	4	3	3	4	4	18
31	4	4	5	5	5	23
32	5	4	5	3	5	22
33	4	5	4	4	3	20
34	5	4	5	4	4	22
35	3	3	5	5	4	20
36	4	4	3	4	5	20
37	4	4	3	4	4	19
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	5	5	5	23
40	5	5	4	4	4	22
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	5	4	5	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	5	5	22
48	4	5	5	5	5	24
49	5	5	5	4	5	24
50	4	5	5	5	5	24
51	4	4	4	4	5	21
52	4	4	5	4	5	22
53	5	5	5	5	5	25
54	5	5	3	4	5	22
55	2	3	2	2	2	11
56	4	5	5	5	4	23
57	5	5	4	5	4	23

58	5	5	4	5	3	22
59	3	3	3	3	3	15
60	5	5	4	5	4	23
61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	3	3	3	15
63	1	2	1	1	3	8
64	5	5	4	5	5	24
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	4	5	5	24
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	4	4	23
70	3	3	3	3	3	15
71	5	4	5	5	4	23
72	5	5	4	3	4	21
73	4	5	5	4	5	23
74	3	3	3	3	3	15
75	4	4	4	5	5	22
76	5	5	5	4	5	24
77	2	2	3	2	2	11
78	2	2	3	2	2	11
79	3	4	4	5	4	20
80	3	3	3	3	3	15
81	4	3	5	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	3	3	3	3	3	15
84	4	3	4	4	4	19
85	3	3	3	3	3	15
86	4	3	5	4	4	20
87	3	4	4	3	4	18
88	4	4	4	3	5	20
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	3	5	19
91	3	5	4	5	3	20
92	3	4	3	5	5	20
93	3	3	3	3	3	15
94	5	3	4	4	3	19
95	3	5	3	3	4	18
96	4	4	4	4	4	20
97	4	3	5	4	5	21
98	5	3	4	4	4	20

99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	3	4	4	19

Variabel *Fashion Involvement* (X₂)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	RG	15	15.0	15.0	19.0
	S	26	26.0	26.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RG	17	17.0	17.0	20.0
	S	35	35.0	35.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RG	22	22.0	22.0	24.0
	S	34	34.0	34.0	58.0
	SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RG	23	23.0	23.0	25.0
	S	34	34.0	34.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	RG	22	22.0	22.0	23.0
	S	32	32.0	32.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

No.	VARIABEL FASHION INVOLVEMENT					X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	4	4	4	21
2	5	5	5	5	5	25
3	3	5	4	4	5	21
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	3	20
6	4	4	4	5	5	22
7	5	3	2	3	4	17
8	4	4	4	3	4	19
9	4	4	4	4	4	20
10	2	4	3	2	5	16
11	5	5	4	5	4	23
12	4	3	3	3	3	16
13	5	4	5	4	5	23
14	5	4	4	4	4	21
15	3	3	3	3	3	15
16	5	4	4	4	4	21
17	3	4	4	4	4	19
18	3	3	3	3	3	15
19	5	3	4	3	4	19
20	4	5	3	4	3	19

21	4	4	5	3	5	21
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	5	5	5	23
25	5	4	4	4	4	21
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	4	5	4	23
30	5	4	4	4	4	21
31	5	5	5	5	5	25
32	5	4	4	3	4	20
33	3	5	4	4	4	20
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	4	4	4	22
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	3	5	23
38	5	5	5	4	5	24
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	4	5	24
41	3	3	3	3	3	15
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	4	5	24
44	4	4	5	5	5	23
45	5	4	4	5	4	22
46	5	4	4	4	4	21
47	4	4	4	5	4	21
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	4	4	4	22
50	3	4	4	5	4	20
51	5	4	4	4	4	21
52	4	5	5	4	5	23
53	5	5	5	5	5	25
54	4	5	4	5	4	22
55	2	2	3	3	3	13
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	5	3	3	4	3	18
59	3	3	3	3	3	15
60	5	5	4	4	4	22
61	3	3	3	3	3	15

62	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	15
64	5	4	5	4	5	23
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	4	5	4	23
67	5	4	4	5	4	22
68	4	4	4	5	4	21
69	5	5	5	5	5	25
70	4	3	3	4	3	17
71	5	5	5	5	5	25
72	5	4	5	5	5	24
73	4	4	4	4	4	20
74	4	5	5	4	5	23
75	4	5	4	3	4	20
76	5	4	5	5	5	24
77	2	2	3	3	3	13
78	2	2	3	3	3	13
79	4	4	2	2	2	14
80	3	4	5	3	5	20
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	3	4	3	18
83	4	5	5	4	5	23
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	5	4	5	23
86	4	3	4	5	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	4	3	3	3	3	16
89	4	4	3	4	3	18
90	4	3	4	4	4	19
91	5	5	5	5	5	25
92	3	4	4	4	4	19
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	3	5	5	5	23
96	5	5	3	3	3	19
97	5	5	5	5	5	25
98	3	4	3	3	3	16
99	4	4	3	4	3	18
100	5	5	5	5	5	25

Variabel Persepsi Harga (X₃)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RG	20	20.0	20.0	23.0
	S	45	45.0	45.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	RG	23	23.0	23.0	28.0
	S	34	34.0	34.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	RG	24	24.0	24.0	26.0
	S	38	38.0	38.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	RG	21	21.0	21.0	24.0
	S	43	43.0	43.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	RG	24	24.0	24.0	28.0
	S	35	35.0	35.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

No.	PERSEPSI HARGA					X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	4	21
6	4	5	4	4	5	22
7	4	2	2	4	4	16
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	3	4	19
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	4	3	3	4	3	17
14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	4	3	4	18
16	3	3	4	3	3	16
17	4	3	3	4	3	17
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	3	4	4	19

20	4	3	3	4	3	17
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	3	3	3	3	3	15
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	4	5	5	4	5	23
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	3	4	4	3	18
34	5	5	5	5	5	25
35	3	3	4	3	3	16
36	3	3	3	3	3	15
37	4	3	3	4	3	17
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	5	3	5	5	3	21
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	3	23
44	4	4	4	4	4	20
45	3	3	3	3	5	17
46	4	5	4	4	5	22
47	4	4	4	4	4	20
48	4	5	5	4	5	23
49	5	5	4	5	3	22
50	5	5	5	5	4	24
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	2	2	3	2	2	11
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	3	15
60	4	5	4	4	5	22

61	3	3	3	3	3	15
62	3	2	3	3	2	13
63	3	3	3	3	3	15
64	5	4	3	5	4	21
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	4	5	5	4	5	23
70	4	3	4	4	3	18
71	5	4	5	5	4	23
72	4	5	5	4	5	23
73	3	3	4	3	3	16
74	3	3	3	3	3	15
75	5	5	5	5	5	25
76	4	5	5	4	5	23
77	2	2	3	2	2	11
78	3	2	2	3	2	12
79	3	4	4	3	4	18
80	3	4	3	3	4	17
81	4	3	4	4	3	18
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	4	5	5	24
85	3	3	3	3	3	15
86	5	5	5	5	5	25
87	3	5	4	3	5	20
88	4	4	3	4	4	19
89	5	5	5	5	5	25
90	3	3	3	3	3	15
91	4	4	3	4	4	19
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	2	4	3	2	4	15
95	4	4	5	4	4	21
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	4	4	4	20
98	4	3	4	4	3	18
99	5	5	5	5	5	25
100	3	3	3	3	3	15

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	RG	20	20.0	20.0	25.0
	S	43	43.0	43.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	RG	18	18.0	18.0	24.0
	S	44	44.0	44.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	RG	21	21.0	21.0	24.0
	S	39	39.0	39.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0	4.0
	RG	19	19.0	19.0	23.0
	S	42	42.0	42.0	65.0
	SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	RG	22	22.0	22.0	26.0
	S	41	41.0	41.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

No.	KEPUTUSAN PEMBEIAN					Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	4	5	22
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	3	20
6	4	4	4	5	4	21
7	1	3	4	4	4	16
8	4	4	4	4	3	19
9	4	4	4	4	4	20
10	3	2	5	5	3	18
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	5	4	4	21
13	4	3	3	4	3	17
14	5	4	4	5	4	22
15	3	3	3	3	3	15
16	4	4	4	4	4	20
17	3	3	4	3	3	16
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20

20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	5	5	4	5	23
23	3	3	3	3	3	15
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	5	4	4	21
26	4	3	3	4	3	17
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	4	5	5	4	5	23
32	5	5	3	5	5	23
33	3	5	5	3	5	21
34	5	5	5	5	5	25
35	4	5	4	4	5	22
36	5	5	4	5	5	24
37	3	5	4	3	5	20
38	4	5	5	4	5	23
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	5	4	5	5	4	23
42	4	5	5	4	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	5	3	5	5	3	21
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	5	4	22
48	5	4	4	5	5	23
49	5	4	5	5	4	23
50	3	4	4	3	4	18
51	4	4	4	4	4	20
52	5	4	4	5	4	22
53	5	5	5	5	3	23
54	3	4	3	3	4	17
55	2	2	2	2	3	11
56	4	5	5	4	5	23
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	3	15
60	4	4	5	4	4	21
61	5	5	5	5	5	25
62	3	2	3	3	2	13
63	3	3	3	3	3	15
64	4	4	5	4	4	21
65	5	5	5	5	5	25

66	5	4	4	5	4	22
67	4	3	3	4	3	17
68	4	5	4	4	5	22
69	4	5	5	4	5	23
70	3	3	3	3	3	15
71	5	4	4	5	4	22
72	5	5	5	5	5	25
73	3	3	3	3	3	15
74	4	3	3	4	3	17
75	5	5	4	5	5	24
76	5	5	5	5	5	25
77	2	2	1	2	2	9
78	1	2	2	1	2	8
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	4	4	20
82	3	4	3	3	4	17
83	4	4	5	4	4	21
84	5	2	3	5	2	17
85	3	3	4	3	3	16
86	5	4	5	5	4	23
87	5	3	3	5	3	19
88	3	4	4	3	4	18
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	3	4	4	19
91	4	4	4	4	4	20
92	2	4	4	2	4	16
93	4	4	5	4	4	21
94	4	3	3	4	3	17
95	3	4	3	3	4	17
96	4	5	5	4	5	23
97	4	3	4	4	3	18
98	3	4	4	3	4	18
99	3	5	4	3	5	20
100	4	4	3	4	4	19

Alamat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Magetan	12	12.0	12.0	12.0
Ponorogo	54	54.0	54.0	66.0
Trenggalek	6	6.0	6.0	72.0
Wonogiri	4	4.0	4.0	76.0
Pacitan	4	4.0	4.0	80.0
Madiun	13	13.0	13.0	93.0
Ngawi	3	3.0	3.0	96.0
Solo	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 1.000.000	44	44.0	44.0	44.0
Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	19	19.0	19.0	63.0
Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	26	26.0	26.0	89.0
Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000	3	3.0	3.0	92.0
>Rp. 5.000.000	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	3	3.0	3.0	3.0
	Mahasiswi	6	6.0	6.0	9.0
	Mahasiswa	3	3.0	3.0	12.0
	Perawat	4	4.0	4.0	16.0
	Mahasiswa	33	33.0	33.0	49.0
	Karyawan	11	11.0	11.0	60.0
	Kuli	1	1.0	1.0	61.0
	Guru	5	5.0	5.0	66.0
	Buruh Pabrik	1	1.0	1.0	67.0
	Admin Olshop	1	1.0	1.0	68.0
	Tenaga Administrasi	4	4.0	4.0	72.0
	Accounting	1	1.0	1.0	73.0
	ISS RSUD HARJONO	1	1.0	1.0	74.0
	Proyeksi	1	1.0	1.0	75.0
	Front Office	1	1.0	1.0	76.0
	Seles Motor	7	7.0	7.0	83.0
	Marketing	4	4.0	4.0	87.0
	Pelajar	4	4.0	4.0	91.0
	Resepsionis	2	2.0	2.0	93.0
	Pengusaha	4	4.0	4.0	97.0
	PNS	1	1.0	1.0	98.0
	Polisi	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran : 2

UJI VALIDITAS

a. *Life Style* (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	LIFE STYLE
X1.1	Pearson Correlation	1	.630**	.687**	.649**	.588**	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.630**	1	.507**	.625**	.528**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.687**	.507**	1	.667**	.569**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.649**	.625**	.667**	1	.608**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.588**	.528**	.569**	.608**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
LIFE STYLE	Pearson Correlation	.860**	.796**	.830**	.859**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Fashion Involvement (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	FASHION INVOLVEMENT
X2.1	Pearson Correlation	1	.593**	.577**	.584**	.525**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.593**	1	.656**	.559**	.624**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.577**	.656**	1	.685**	.921**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.584**	.559**	.685**	1	.616**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.525**	.624**	.921**	.616**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
FASHION INVOLVEMENT	Pearson Correlation	.785**	.816**	.911**	.819**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

c. Persepsi Harga (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	HARGA
X3.1	Pearson Correlation	1	.735**	.741**	.985**	.654**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.735**	1	.808**	.724**	.886**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.741**	.808**	1	.730**	.704**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.985**	.724**	.730**	1	.658**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.654**	.886**	.704**	.658**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
HARGA	Pearson Correlation	.909**	.928**	.884**	.904**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



d. Keputusan Pembelian

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	KEPUTUSAN PEMBELIAN
Y.1	Pearson Correlation	1	.552**	.551**	.908**	.472**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.552**	1	.700**	.483**	.924**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.551**	.700**	1	.597**	.686**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.908**	.483**	.597**	1	.451**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.472**	.924**	.686**	.451**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.834**	.868**	.839**	.823**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran : 3

UJI REABILITAS

a. Reabilitas X₁

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

b. Reabilitas X₂

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

c. Reabilitas X₃

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

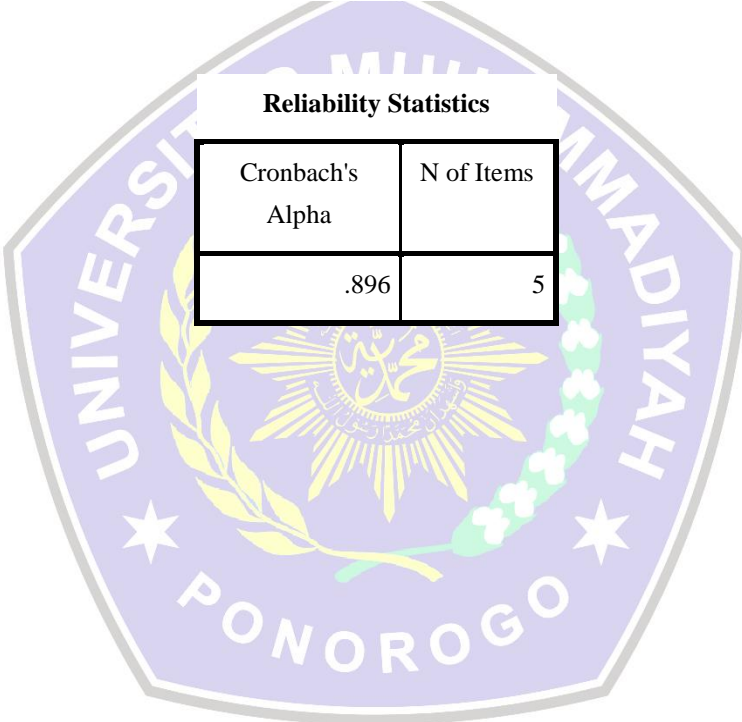
Cronbach's Alpha	N of Items
.941	5

d. Reabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

Lampiran : 4

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

a. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29695361
	Absolute	.081
Most Extreme Differences	Positive	.066
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



b. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.904	1.639		.552	.583		
LIFE STYLE	.363	.086	.346	4.196	.000	.603	1.657
FASHION INVOLVEMENT	.240	.080	.232	2.985	.004	.682	1.467
PERSEPSI HARGA	.344	.078	.358	4.408	.000	.623	1.604

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

c. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.394	1.092		3.108	.002
EWOM	-.036	.058	-.080	-.618	.538
PENGETAHUAN PRODUK	.064	.054	.145	-1.194	.236
GAYA HIDUP	.017	.052	.042	.327	.744

a. Dependent Variable: ABS

Lampiran : 5

HASIL Uji ANALISIS REGRESI, Uji T, Uji F DAN KOEFISIEN DETERMINASI

a. Uji Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.904	1.639		.552	.583
	LIFE STYLE	.363	.086	.346	4.196	.000
	FASHION INVOLVEMENT	.240	.080	.232	2.985	.004
	PERSEPSI HARGA	.344	.078	.358	4.408	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.593	2.333

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI HARGA, FASHION INVOLVEMENT, LIFE STYLE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

c. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.904	1.639		.552	.583
	LIFE STYLE	.363	.086	.346	4.196	.000
	FASHION INVOLVEMENT	.240	.080	.232	2.985	.004
	PERSEPSI HARGA	.344	.078	.358	4.408	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

d. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	802.266	3	267.422	49.151	.000 ^b
	Residual	522.324	96	5.441		
	Total	1324.590	99			

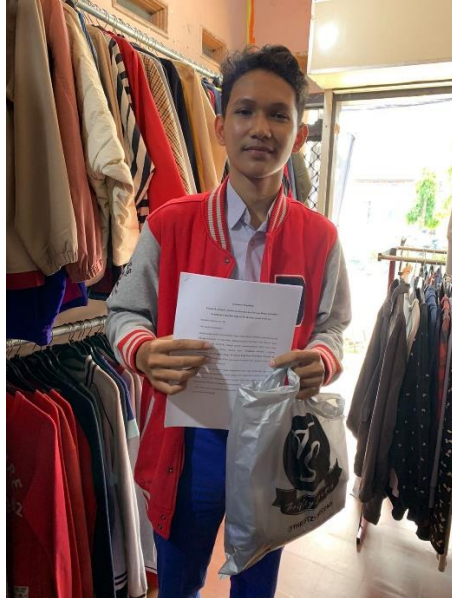
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

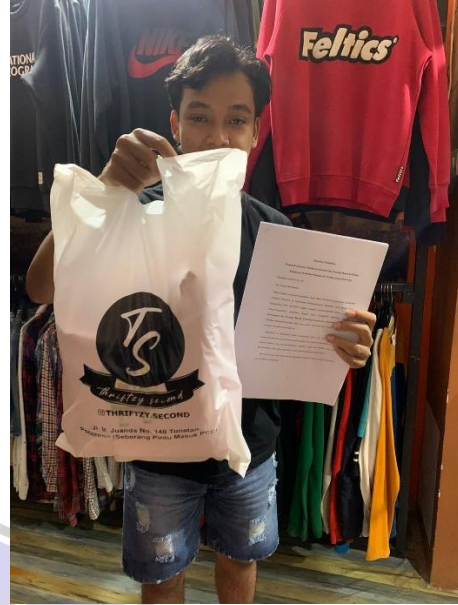
b. Predictors: (Constant), PERSEPSI HARGA, FASHION INVOLVEMENT, LIFE STYLE



Lampiran 6

DOKUMENTASI PENYEBARAN KUISIONER DALAM BENTUK ANGKET





SURAT KEPUTUSAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Berdasarkan hasil penilaian dari tim editor dan mitra bestari, artikel dengan perincian sebagai berikut :

Judul : Pengaruh *Life Style, Fashion Involvement*, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Thriftzy.second Ponorogo

Tim Penulis : Rerinta Rega Sarasmitha

Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Dapat dipublikasikan di :


- Jurnal Isoquant, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Jurnal Ilmiah Eksternal/Luar Kampus Unmuh Ponorogo
<https://sitrishnanegara.ac.id/jurnal/index.php/aktual>
- Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo
(eprints.umpo.ac.id)

Demikian informasi yang dapat disampaikan, terima kasih atas perhatiannya.

Ponorogo, 01 Agustus 2022

Editor in Chief Isoquant

ISOQUANT
JURNAL : EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI


Dra. Umi Farida, M.M.
NIK. 1961011019911213



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

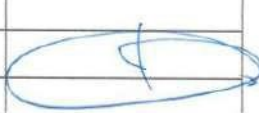
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website :www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : RERINTA REGA SARASMITHA
2. NIM : 18414793
3. Jurusan : Manajemen
4. Bidang : Pemasaran
5. Alamat : Dukuh Kroyo RT/RW 004/001 Gelangkulon Sampung Kabupaten Ponorogo
6. Judul Skripsi : PENGARUH LIFE STYLE, FASHION INVOLVEMENT, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI @THRIFTZY.SECOND PONOROGO
7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 05 Januari 2022
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
29/2/22	Revisi Bab 1,2,3 proposal	
14/4/22	ACC Proposal	
23/5/2022	bimbingan Bab 1,2,3 lanjut kuisisioner	
29/5/22	Revisi kuisisioner	
31/5/22	Lanjut sebar kuisisioner	
24/6/22	Revisi Bab 4,5	
28/6/22	Revisi Bab 4,5	
29/6/22	Revisi Bab 4,5	
5/7/22	Revisi Bab 4,5	
6/7/22	ACC Bab 4,5	
8/7/2022	ACC Bab 4-5	

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
8/7 2022	Lengkap & diajukan ke Sidang Skripsi	

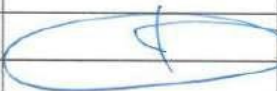
10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi : _____
11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai : 8 Juli 2022.
12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : _____ (angka)
_____ (huruf)

Pembimbing,


Dr. HERI WJAYANTO, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

 Ponorogo, 07 Januari 2022
Dekan,



Dr. HADI SUMARSONO, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 00

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
8/7 2022	Lengkap & diajukan ke Sidang Skripsi	

10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi : _____
11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai : 8 Juli 2022.
12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : _____ (angka)
- _____ (huruf)

Pembimbing,


Dr. HERI WIJAYANTO, ST., MM., M. Kom
 NIDN. 0025057401

Ponorogo, 07 Januari 2022

 Dekan

Dr. HADI SUMARSONO, M.Si
 NIP. 19760508 200501 1 00



JURNAL AKTUAL

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisna Negara, OKU Timur

Alamat: Jl. M.P. Bangsa Raja No. 27 Belitang OKU Timur, Sumatera Selatan, Indonesia
Web: <https://stietrisnanegara.ac.id/jurnal/index.php/aktual> Email: jurna.aktual@gmail.com

LETTER OF ACCEPTED (LoA)

No : 123/Aktual/LoA/VIII/2022

Dengan ini, Editor Jurnal Aktual memberitahukan bahwa naskah Saudara dengan identitas :

Judul : Pengaruh Life Style, Fashion Involvement, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrifty.Second Ponorogo
Penulis : **Rerinta Rega Sarasmitha, Heri Wijayanto, Wahna Widhianingrum**
Afiliasi/Institusi : Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Email : rerintaregas@gmail.com
Tanggal Kirim : 23 Juli 2022

Telah memenuhi kriteria publikasi di Jurnal Aktual (Terakreditasi Sinta 6) dan dapat disetujui diterbitkan di Jurnal Aktual pada Vol. 20, No. 02, 2022, dalam versi elektronik dan/atau cetak. Melalui surat keterangan ini, penulis tunduk pada ketentuan hak cipta Jurnal Aktual [lihat *Author Guideline* di situs jurnal].

Untuk menghindari adanya duplikasi terbitan dan pelanggaran etika publikasi ilmiah terbitan berkala, mohon naskah/artikel tersebut tidak dikirimkan dan dipublikasikan ke penerbit jurnal/majalah lain.

Demikian surat ini disampaikan, atas partisipasi dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

OKU Timur, 1 Agustus 2022

Ketua Dewan Editor

Yansahrita