

**HUBUNGAN CITRA MEREK DAN TINGKAT KEPERCAYAAN  
MEREK DENGAN TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN  
PRODUK *HAND AND BODY LOTION* VASELINE**



**Disusun oleh :**

**Alexandra Parahita Bening Kesumaputri**

**14040117120027**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Alexandra Parahita Bening Kesumaputri
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14040117120027
3. Tempat / Tanggal Lahir : Yogyakarta, 11 November 1999
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Ketileng Indah Blok H.18, Semarang, Jawa Tengah 50272

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :


#### **Hubungan Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline dengan Tingkat Loyalitas Konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 23 Mei 2022 Pembuat

Pernyataan,



Alexandra Parahita Bening Kesumaputri

NIM.14040117120027

Mengetahui,

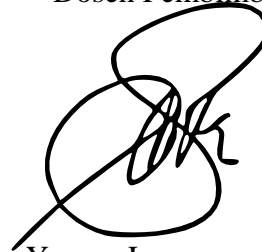
Dosen Pembimbing I,



Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc

NIP. 195905181987101001

Dosen Pembimbing II,



Dr. Yanuar Luqman

NIP. 197601302003121002

Ketua Program Studi,



S. Rouli Manalu, S.Sos, McommSt, Ph.D

NIP. 198209282005012001

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Merek  
Vaseline dengan Tingkat Loyalitas Konsumen *Hand and Body*  
*Lotion Vaseline*

Nama Penyusun : Alexandra Parahita Bening Kesumaputri

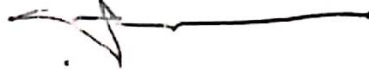
NIM : 14040117120027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 27 Juni 2022

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

NIP. 19640827.199001.1.001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol Admin

NIP. 19690822.19940.3.003

### Dosen Pembimbing :

1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc (  )

2. Dr. Yanuar Luqman (  )

### Dosen Penguji Skripsi :

3. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si (  )

## **HALAMAN MOTTO**

### **MENJALANI HIDUP SEPERTI MENAIKI KAPAL.**

*Terkadang perlu usaha untuk mendayung agar kapal bergerak maju, tapi tak ada salahnya untuk sesekali bersantai menikmati arus.*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik - baiknya karena selama penyusunan skripsi, penulis menerima banyak dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak yang sangat suportif. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria, berkat rahmat penyertaan, kekuatan, serta campur tangan Mu yang telah Engkau berikan kepada penulis, sehingga Tuhan izinkan untuk dapat menyelesaikan proses pembelajaran hingga akhir masa studi ini dengan baik dalam keadaan sehat dan gembira.
2. Ibu Alberta Kartika dan Bapak A.M Ondro Winardi, kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi dukungan baik moril, materil, kesabaran, da kepercayaan serta selalu menyelipkan nama penulis dalam setiap doanya.
3. Kakak Clara Tyas dan Tante Anda yang senantiasa memberikan hiburan serta dorongan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Mas Tandiyo Pradekso selaku dosen pembimbing yang mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Mas Yanuar Luqman selaku dosen pembimbing serta dosen wali akademik selama masa perkuliahan penulis yang memberikan saran dan masukannya sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan pendidikan sarjana ini.
6. Mas Agus Naryoso selaku dosen penguji yang memberikan saran dan masukannya sehingga dapat skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP Undip yang telah mendidik penulis sejak awal masa studi serta staf Iikom yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
8. Keluarga besar penulis yang selalu menyelipkan doa agar penulis mampu melewati semua ini, terimakasih banyak. Untuk Yangkung yang selalu bertanya perkembangan skripsi penulis, terimakasih banyak.

9. Isabela Laras Anindyo, sahabat, teman curhat, teman bertengkar, hingga teman saling menyemangati. Terimakasih banyak sudah menjadi tempat berbagi pengalaman dan perasaan selama masa perkuliahan kita. Mari wujudkan impian 7 tahun kita, jangan lupa kamu berharga meskipun kamu cuma bernafas, Nin.
10. Yekholia Maoureenth Priharjanto, sahabat, teman bertengkar, anak kecil yang sekarang sudah mandiri, terimakasih ya sudah mewarnai hidup perkuliahan dengan sambutan meski begitu kita berhasil melewati semua ini. Tunggu aku kerja kita makan Mcd sembari menyelesaikan pekerjaan kantor.
11. Keluarga BEM FISIP yang telah menjadi sahabat, teman, partner kerja terbaik selama penulis mencari pengalaman di BEM FISIP.
12. Teman – teman Komunikasi angkatan 2017. Terima kasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan. Merupakan sebuah kehormatan bagi penulis dapat berbagi kisah dan pengalaman dengan Ilkom17 yang penuh semangat juang.
13. Teman - teman fangirling Kdrama/Cdrama/KPop juga KPop Group yang lagu dan kontennya selalu menemani hari penulis menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah memberikan semangat dan menjaga penulis agar tetap waras selama mengerjakan skripsi ini.
14. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.
15. Tak lupa terima kasih untuk diriku sendiri, kamu sangat hebat. Kita sama-sama tahu seberapa berat kita mencoba terlihat baik-baik saja. Terimakasih sudah berjuang untuk bisa menyelesaikan studi ini, banyak pelajaran yang kita bisa ambil. Jangan lupa untuk kembali bersiap menghadapi masa depan, banyak hal baru menanti kita.

## ABSTRAK

**Judul Skripsi: Hubungan Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline dengan Tingkat Loyalitas Konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline**

**Nama : Alexandra Parahita Bening Kesumaputri**

**NIM : 14040117120027**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

---

Beberapa tahun terakhir, masyarakat semakin memperhatikan penampilan dengan menggunakan body care dan skincare. Indonesia yang beriklim tropis, terutama provinsi DKI Jakarta yang padat penduduk membuat polusi udara cukup tinggi sehingga masyarakatnya lebih rawan mengalami kerusakan kulit. Melihat fenomena ini banyak produk *Hand and Body Lotion* yang beredar di pasar. Vaseline sebagai salah satu brand yang produk *Hand and Body Lotion*nya sudah beredar di Indonesia sejak 1969 dan masih eksis hingga sekarang menunjukkan bahwa merek Vaseline telah mendapat kepercayaan dari masyarakat. Selain itu banyak upaya yang dilakukan Vaseline agar citra merek Vaseline tetap positif seperti menggunakan tagline ‘Vaseline, Kekuatan memperbaiki’ dan mengusung visi *positive beauty*. Kendati demikian pelanggan *Hand and Body Lotion* Vaseline terindikasi mengalami penurunan pembelian ulang oleh konsumen sejak tahun 2019.

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan citra merek dan tingkat kepercayaan merek Vaseline dengan loyalitas konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline di DKI Jakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pembelajaran kognitif, teori tindakan beralasan, dan teori atribusi. Dengan teknik pengambilan sampel non-probability, dipilih 70 orang sampel dengan karakteristik berusia 12 – 35 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, dan menggunakan produk *Hand and Body Lotion* Vaseline minimal 6 bulan. Hasil uji korelasi linear berganda menunjukkan citra merek (X1) dan tingkat kepercayaan merek Vaseline (X2) dengan tingkat loyalitas konsumen pengguna *Hand and Body Lotion* Vaseline (Y) secara simultan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.045 yang berarti signifikan dengan nilai korelasi koefisien 0.27 dengan arah hubungan positif. Selain itu uji korelasi citra merek Vaseline dengan tingkat loyalitas konsumen pengguna *Hand and Body Lotion* Vaseline memiliki nilai signifikansi sebesar 0.050 dengan koefisien korelasinya 0.235, dan hubungan antara tingkat kepercayaan merek Vaseline dengan tingkat loyalitas konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline menunjukkan nilai signifikansi 0.014 dengan koefisien korelasinya sebesar 0.293

**Kata Kunci : *Hand and Body Lotion*, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen, Vaseline**



## ABSTRACT

**Title** : **Relationship between Brand Image and Brand Trust of Vaseline with Vaseline *Hand and Body Lotion* Consumer Loyalty in DKI Jakarta**

**Name** : **Alexandra Parahita Bening Kesumaputri**

**Student Number** : **14040117120027**

**Jurusan** : **Ilmu Komunikasi**

---

In recent years, people are giving more attention to their appearance by using bodycare and skincare. Indonesia, which has a tropical climate, especially DKI Jakarta, which is also a province that densely populated, makes air pollution quite high so that people are more prone to skin damage. Seeing this phenomenon, many *Hand and Body Lotion* products are circulating in the market. Vaseline as a brand whose *Hand and Body Lotion* products have existed in Indonesia since 1969 until today, shows that the Vaseline brand has won the trust of the public. In addition, many efforts have been made by Vaseline so that the Vaseline brand image remains positive, such as using the tagline 'Vaseline, the power of repairing' and carrying a positive beauty vision. However, Vaseline *Hand and Body Lotion* customers are indicated to have experienced a decline in repeat purchases by consumers since 2019.

This study aims to determine the relationship between brand image and the level of trust in the Vaseline brand with consumer loyalty of Vaseline *Hand and Body Lotion* in DKI Jakarta. The theories used in this research are cognitive learning theory, reasoned action theory, and attribution theory. With a non-probability sampling technique, 70 samples were selected with characteristics aged 12-35 years, domiciled in DKI Jakarta, and used Vaseline *Hand and Body Lotion* products for at least 6 months. The results of the multiple linear correlation test show that the brand image (X1) and the level of trust in the Vaseline brand (X2) with the level of consumer loyalty of Vaseline *Hand and Body Lotion* users (Y) simultaneously has a significance value of 0.045, which means it is significant with a correlation coefficient of 0.27 with the direction of the relationship. positive. In addition, the correlation test of the Vaseline brand image with the level of consumer loyalty of Vaseline *Hand and Body Lotion* users has a significance value of 0.050 with a correlation coefficient of 0.235, and the relationship between the level of trust in the Vaseline brand and the level of consumer loyalty of Vaseline *Hand and Body Lotion* shows a significance value of 0.014 with the correlation coefficient. of 0.293

Keywords: *Hand and Body Lotion*, Brand Image, Brand Trust, Consumer Loyalty, Vaseline

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Hubungan Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline dengan Tingkat Loyalitas Konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline " sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Penelitian ini membahas mengenai isu perilaku konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline yang dilatar belakangi karena adanya masalah yaitu penurunan loyalitas konsumen. Seiring dengan kesadaran masyarakat akan kesehatan kulit, semakin banyak merek-merek yang masuk dipasaran, kendati Vaseline telah berupaya menanamkan citra merek yang positif serta menjaga kepercayaan dari konsumennya, nyatanya itu belum mampu untuk menjaga loyalitas pengguna *Hand and Body Lotion* Vaseline.

Penulis berharap skripsi ini dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dalam bidang akademis maupun praktis. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis secara terbuka akan menerima apabila ada masukan dan saran yang bersifat membangun mengenai skripsi ini demi penyempurnaan penelitian serta kemajuan penulis di masa yang akan datang.

Semarang, 20 Juni 2022

Pembuat Pernyataan,



Alexandra Parahita Bening K.

NIM. 14040117120027

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>i</b>
<b>KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*) .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. LATAR BELAKANG .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3. TUJUAN PENELITIAN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4. SIGNIFIKANSI PENELITIAN .....</b>	<b>7</b>
1.4.1. Manfaat Akademik.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
1.4.3. Manfaat Sosial.....	8
<b>1.5. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
1.5.1. State of The Art .....	8
1.5.2. Paradigma Penelitian .....	12
1.5.3. Deskripsi Variabel .....	12
<b>1.5.3.1. Citra Merek .....</b>	<b>12</b>
<b>1.5.3.2. Kepercayaan Merek .....</b>	<b>14</b>

1.5.3.3. Loyalitas Konsumen .....	16
<b>1.6. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen.....</b>	<b>17</b>
<b>1.8. Hubungan Citra Merek Dan Tingkat Kepercayaan Merek Dengan Tingkat Loyalitas Konsumen .....</b>	<b>19</b>
<b>1.9. HIPOTESIS .....</b>	<b>20</b>
<b>1.10. DEFINISI KONSEPTUAL.....</b>	<b>21</b>
1.10.1. Citra Merek Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline .....	21
1.10.2. Kepercayaan Merek Vaseline .....	21
1.10.3. Loyalitas Konsumen Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline .....	22
<b>1.11. DEFINISI OPERASIONAL .....</b>	<b>22</b>
1.11.1. Citra Merek Vaseline.....	22
1.11.2. Kepercayaan Merek Vaseline .....	23
1.11.3. Loyalitas Konsumen Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline .....	23
<b>1.12. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
1.12.1. Tipe Penelitian .....	23
1.12.2. Populasi.....	24
1.12.3. Sampling.....	25
1.12.4. Jenis dan Sumber Data.....	25
1.12.5. Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
1.12.6. Teknik Pengolahan Data .....	26
1.12.7. Teknik Analisis Data .....	27
<b>BAB II GAMBARAN KONDISI PERUSAHAAN DAN UPAYA VASELINE MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. PROFIL PT UNILEVER .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.1. Profil Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline .....</b>	<b>33</b>
<b>2.3. Strategi Vaseline Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis .....</b>	<b>37</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>40</b>
<b>CITRA MEREK VASELINE, TINGKAT KEPERCAYAAN MEREK VASELINE, DAN TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN <i>HAND AND BODY LOTION</i>.....</b>	<b>40</b>

<b>3.1. Karakteristik Responden .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.1. Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.2. Usia RespondenTabelDiagram 3 1.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.3. Pekerjaan Responden 2.....</b>	<b>42</b>
<b>3.2. Citra Merek Vaseline.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2.1. Kemudahan Mengenali Variasi Produk Vaseline .....</b>	<b>44</b>
<b>3.2.2. Produk Vaseline Memiliki Kemasan Yang Menarik .....</b>	<b>44</b>
<b>3.2.3. Alasan Konsumen Memilih Menggunakan Produk Vaseline Karena Merek Vaseline Memiliki Rekam Jejak Baik .....</b>	<b>45</b>
<b>3.2.4. Pelayanan Sales Vaseline di Tempat Membeli Produk.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2.5. Pelayanan Pusat Pengaduan (Customer Care) Vaseline .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2.6. Kepercayaan Diri yang Timbul Saat Menggunakan Produk Vaseline</b>	<b>47</b>
<b>3.2.7. Kesesuaian Produk yang Ditawarkan Vaseline dengan Kebutuhan Konsumen.....</b>	<b>48</b>
<b>3.2.8. Kesesuaian Produk yang Ditawarkan Vaseline dengan Keinginan Konsumen.....</b>	<b>49</b>
<b>3.2.9. Kesesuaian Varian yang Ditawarkan Vaseline dengan Keinginan Konsumen.....</b>	<b>50</b>
<b>3.2.10.Kesesuaian Tekstur Produk yang Ditawarkan Vaseline dengan Keinginan Konsumen.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2.11.Kesesuaian Aroma Produk yang Ditawarkan Vaseline dengan Keinginan Konsumen.....</b>	<b>51</b>
<b>3.2.12.Kesesuaian Harga Produk Vaseline dengan Manfaat yang Dirasakan Konsumen.....</b>	<b>52</b>
<b>3.2.13.Kemampuan Vaseline Memenuhi Janji pada Produk .....</b>	<b>53</b>
<b>3.2.14.Kemampuan Unilever Menghasilkan Produk Sesuai Kebutuhan Konsumen.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2.15.Kemampuan Unilever Menghasilkan Produk Sesuai Keinginan Konsumen.....</b>	<b>55</b>

3.2.16.	Alasan Konsumen memilih menggunakan produk Vaseline karena berada di bawah naungan PT Unilever.....	56
3.2.17.	Citra Merek Vaseline .....	56
3.3.	Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline.....	58
3.3.1.	Vaseline Merupakan Merek yang Kompeten .....	58
3.3.2.	Ketidak Khawatiran Konsumen dengan Efek Samping Penggunaan Produk Merek Vaseline .....	59
3.3.3.	Keyakinan Konsumen Bahwa Produk Vaseline Tidak Mudah Dipalsukan .....	60
3.3.4.	Keyakinan Konsumen bahwa Merek dan Produk Vaseline Telah Dilindungi Undang-Undang dan Terdaftar di BPOM.....	60
3.3.5.	Keyakinan Konsumen Merek Vaseline Telah Memiliki Izin Uzaha Dan Izin Edar.....	61
3.3.6.	Keyakinan Konsumen Bahwa Vaseline Akan Bertanggungjawab Jika Terdapat Masalah pada Produknya.....	62
3.3.7.	Keyakinan Konsumen Terhadap Uji Klinis Bahan-Bahan yang digunakan Vaseline .....	63
3.3.8.	Keyakinan Konsumen Terhadap Bahan Yang Digunakan Vaseline dalam Memenuhi Kualifikasi Bahan Kosmetik Berstandar Nasional Maupun Internasional .....	64
3.3.9.	Keyakinan Konsumen Terhadap Tingkat Sterilisasi Kemasan yang Digunakan Vaseline.....	65
3.3.10.	Keyakinan Konsumen Terhadap Tingkat Kebersihan Tempat Produksi Produk Vaseline.....	66
3.3.11.	Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline .....	67
3.4.	Tingkat Loyalitas Konsumen <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline.....	68
3.4.1.	Merek <i>Hand and Body Lotion</i> yang Sedang Digunakan Konsumen .....	69
3.4.2.	Merek <i>Hand and Body Lotion</i> yang Biasa Digunakan Konsumen .....	69
3.4.3.	Memberikan Pujian pada <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline.....	70

3.4.4. Merekomendasikan <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline.....	71
3.4.5. Jika Konsumen Mendapati Masalah Pada Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline.....	71
3.4.6. Tingkat Loyalitas Konsumen <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline.....	72
<b>BAB IV HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK VASELINE DAN TINGKAT KEPERCAYAAN MEREK VASELINE DENGAN TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN <i>HAND AND BODY LOTION</i> VASELINE.....</b>	<b>74</b>
4.1 Uji Hipotesis.....	74
4.1.1. Uji Signifikansi Citra Merek dan Tingkat Kepercayaan Merek Vaseline dengan Tingkat Loyalitas Konsumen <i>Hand and Body Lotion</i> Vaseline .....	75
4.2 Pembahasan .....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	20
------------------	----



## DAFTAR TABEL

Table 1.1.....	5
Table 1.2.....	5
Table 4.1.....	71
Table 4.2.....	73
Diagram 3.1.....	40
Diagram 3.2.....	40
Diagram 3.3.....	41
Diagram 3.4.....	42
Diagram 3.5.....	43
Diagram 3.6.....	44
Diagram 3.7.....	44
Diagram 3.8.....	45
Diagram 3.9.....	46
Diagram 3.10.....	46
Diagram 3.11.....	47
Diagram 3.12.....	48
Diagram 3.13.....	49
Diagram 3.14.....	49
Diagram 3.15.....	50
Diagram 3.16.....	51
Diagram 3.17.....	52
Diagram 3.18.....	53
Diagram 3.19.....	53

Diagram 3.20.....	55
Diagram 3.21.....	56
Diagram 3.22.....	56
Diagram 3.23.....	57
Diagram 3.24.....	58
Diagram 3.25.....	59
Diagram 3.26.....	59
Diagram 3.27.....	60
Diagram 3.28.....	61
Diagram 3.29.....	62
Diagram 3.30.....	63
Diagram 3.31.....	64
Diagram 3.32.....	65
Diagram 3.33.....	65
Diagram 3.34.....	66
Diagram 3.35.....	67
Diagram 3.36.....	67
Diagram 3.37.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	91
Lampiran 2 .....	95
Lampiran 3 .....	101
Lampiran 4 .....	112
Lampiran 5 .....	113