

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

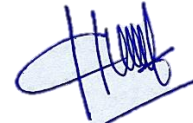
Kepada Yth, Bapak/Ibu/Sdr/I

Assalamu'alaikun Warahmatullahi Wabarakatuh,
Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi penulisan skripsi dan kepentingan pemenuhan data penelitian Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda Bogor, terkait **“Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pewangi Pakaian pada CV. Mekar Sari Jaya”** bersama ini saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Semua informasi yang didapatkan akan menjadi bahan penelitian secara akademis. Semua jawaban akan dirahasiakan. Keberhasilan penelitian ini sangat tergantung dari partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Sdr/I saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Hormat saya,



Dela Assholihat
C.1810588

A. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis kelamin	a. Laki – Laki b. Perempuan
Status pernikahan	a. Menikah b. Belum Menikah
Usia	a. 17 – 25 tahun b. 26 – 35 tahun c. 36 – 45 tahun d. 46 – 55 tahun e. > 55 tahun
Pendidikan	a. SMP/Sederajat b. SMA/Sederajat c. Diploma d. Sarjana e. Pascasarjana
Pekerjaan	a. Pelajar b. Mahasiswa c. PNS d. Pegawai Swasta e. IRT
Pendapatan	a. < Rp 1 juta b. 1 Juta - 2 juta c. > 2 Juta – 3 Juta d. > 3 Juta – 5 Juta e. > 5 Juta

B. KUESIONER PENELITIAN

- Bacalah sebaik-sabainya setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan.
- Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda checklist (√).

1. Citra Merek (X₁)

Citra Pembuat						
No	Pernyataan	Penilaian				
		SB	B	CB	TB	STB
1	Produk perusahaan dapat dipercaya					
2	Produk perusahaan populer					
3	Produk perusahaan mudah diingat					
Citra Pemakai						
4	Merasa puas saat menggunakan produk					
5	Produk perusahaan lebih banyak dipilih					
6	Merasa lebih aman menggunakan produk					
Citra Produk						
7	Harga produk perusahaan sesuai dengan kualitas					
8	Kemasan produk perusahaan tidak mudah rusak					
9	Produk perusahaan dikemas dengan sangat rapi					

2. Harga (X₂)

Keterjangkauan Harga						
No	Pernyataan	Penilaian				
		ST	T	CT	M	SM
1	Harga produk standar dengan produk lain					
2	Harga produk yang ditawarkan terjangkau					
3	Harga bervariasi sesuai dengan merek produk					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
4	Harga produk perusahaan sesuai dengan kualitas produk					
5	Harga sesuai dengan yang diinginkan					
6	Saya memilih harga yang lebih tinggi dengan kualitas produk terbaik					
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
7	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat					
8	Saya merasakan harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli saya					
9	Harga produk memiliki manfaat dibanding produk lain					
Harga Sesuai Kemampuan/Daya Saing Harga						
10	Saya membandingkan harga produk dengan produk lain sebelum melakukan pembelian					
11	Saya memilih harga yang lebih murah					
12	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain					

3. Kualitas Produk (X₃)

Kinerja						
No	Pernyataan	Penilaian				
		SB	B	CB	TB	STB
1	Produk perusahaan memiliki tampilan menarik					
2	Saya mengetahui keamanan bahan yang digunakan					
3	Produk perusahaan dapat melembutkan pakaian					
	Estetika	SB	B	CB	TB	STB
4	Desain kemasan produk yang menarik					
5	Penampilan produk yang inovatif					
6	Ketika menggunakan produk meningkatkan tingkat percaya diri					
	Kemudahan Perawatan dan Perbaikan	SB	B	CB	TB	STB
7	Tidak memerlukan biaya mahal untuk merawat pakaian					
8	Apabila terjadi <i>reject</i> produk memiliki kemudahan untuk diperbaiki					
9	Proses perbaikan produk <i>reject</i> tidak memakan banyak waktu					
	Keunikan	SB	B	CB	TB	STB
10	Produk memiliki banyak varian					
11	Warna kemasan produk yang menarik					
12	Produk memiliki keunikan tersendiri					
	Keandalan	SB	B	CB	TB	STB
13	Kemasan botol tidak mudah bocor					
14	Kemasan produk memiliki kemasan sesuai standar					
15	Produk tidak mudah berubah warna					
	Kualitas Kesesuaian	SB	B	CB	TB	STB
16	Kemasan botol dengan bahan yang kuat sesuai dengan standar kemasan botol pewangi lainnya					
17	Kualitas produk sesuai dengan keinginan					
18	Desain produk telah sesuai dengan standar					
	Kegunaan Yang Sesuai	SB	B	CB	TB	STB
19	Produk dapat mengharumkan pakaian					
20	Produk tidak menimbulkan noda pada pakaian					
21	Ukuran produk dapat menghemat pemakaian					

4. Keputusan Pembelian (Y)

Pilihan Produk

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Saya berbelanja di perusahaan karena pilihan produk yang ditawarkan lengkap					
2	Saya berbelanja berdasarkan keunggulan produk					
3	Saya membeli produk karena aman untuk digunakan					
	Pilihan Merek	SS	S	CS	TS	STS
4	Saya memilih produk berdasarkan rekomendasi teman					
5	Saya merasa produk lebih baik dari pewangi merk lain					
6	Saya memutuskan membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan					
	Pilihan Penyalur	SS	S	CS	TS	STS
7	Saya berbelanja produk karena ada penyalur terdekat					
8	Kemudahan membeli melalui <i>delivery order</i>					
9	Saya memilih melakukan pembelian produk dari distributor karena harga lebih murah					
	Waktu dan Jumlah Pembelian	SS	S	CS	TS	STS
10	Saya membeli produk sebulan sekali dengan jumlah pembelian lebih dari 1 karton					
11	Pembelian dilakukan pada saat weekeend					
12	Pembelian dilakukan berdasarkan promosi dengan jumlah banyak					

“Terima Kasih Atas Partisipasi Bapak/Ibu”

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian



**UNIVERSITAS DJUANDA
FAKULTAS EKONOMI**

Status Terakreditasi BAN PT Program Studi MANAJEMEN & AKUNTANSI
JL. TOL CIAWI 1, KOTAK POS 35 CIAWI BOGOR 16720, Telp (0251) 8245155
web : unida.ac.id, email : [fakultas.ekonomi@unida.ac.id](mailto: fakultas.ekonomi@unida.ac.id)

Nomor : 349/01/I-X/IX/2021
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Bogor, 6 September 2021

Kepada Yth.
Pimpinan
CV. MEKAR SARI JAYA
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Teriring salam dan do'a semoga Bapak/ Ibu dalam menjalankan tugas senantiasa mendapat limpah rahmat dan karunia Allah SWT. Amiin

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda :

Nama : Dela Assholihat
N I M : C.1810588
Program Studi : Manajemen

yang akan mengadakan penelitian untuk mengumpulkan data atau informasi di wilayah :

CV. MEKAR SARI JAYA
dalam rangka penyusunan Skripsi yang bersangkutan dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PEWANGI PAKAIAN PADA CV. MEKAR SARI JAYA**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk dapat memberikan izin penelitian bagi mahasiswa yang bersangkutan. Kami informasikan bahwa semua data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan dalam kaitannya dengan pendidikan, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. Lucky Hikmah Maulana, SE., M.Si
NPP. 213870010

Tembusan :

1. Ketua Prodi Manajemen
2. Peringgal

Lampiran 3 Surat Penerimaan Penelitian

**CV. MEKAR SARI JAYA**

. Utama Cikeas Gardenia, Cikeas Udik, Kec Gunung Putri, Bogor 16966
Telp : 0812-1023-6554 / 081291168800

Bogor, 03 September 2021

Nomor : 01/PENELITIAN-MSJ/03-2021
Perihal : Penerimaan Penelitian

Kepada Yth :

Dr. Lucky Hikmat Maulana, SE., M.Si
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Djuanda Bogor

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat permohonan penelitian yang diajukan kepada kami oleh mahasiswi atas nama :

Nama : Dela Assholihat
NIM : C.1810588
Prodi : Manajemen

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswi tersebut diatas untuk melakukan penelitian di perusahaan kami.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
CV. MEKAR SARI JAYA



Lampiran 4 Dokumentasi



Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS IBM 26

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.682**	.325	.601**	.349	.612**	.459*	.384*	.467**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.080	.000	.059	.000	.011	.036	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.682**	1	.629**	.563**	.555**	.481**	.625**	.520**	.382*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.007	.000	.003	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.325	.629**	1	.471**	.453*	.519**	.649**	.551**	.414*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.080	.000		.009	.012	.003	.000	.002	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.601**	.563**	.471**	1	.522**	.581**	.717**	.548**	.494**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.009		.003	.001	.000	.002	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.349	.555**	.453*	.522**	1	.362*	.730**	.515**	.575**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.059	.001	.012	.003		.050	.000	.004	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.612**	.481**	.519**	.581**	.362*	1	.441*	.348	.320	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.003	.001	.050		.015	.059	.085	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.459*	.625**	.649**	.717**	.730**	.441*	1	.744**	.625**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000	.015		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.384*	.520**	.551**	.548**	.515**	.348	.744**	1	.450*	.743**
	Sig. (2-tailed)	.036	.003	.002	.002	.004	.059	.000		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.467**	.382*	.414*	.494**	.575**	.320	.625**	.450*	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.009	.037	.023	.006	.001	.085	.000	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	.728**	.803**	.738**	.807**	.730**	.690**	.874**	.743**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

		Correlations												TOTALX2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	
X2.1	Pearson Correlation	1	.690**	.729**	.817**	.509**	.783**	.786**	.551**	.600**	.498**	.707**	.600**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.002	.000	.005	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.690**	1	.849**	.760**	.572**	.731**	.776**	.479**	.624**	.693**	.817**	.819**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.729**	.849**	1	.751**	.624**	.722**	.778**	.473**	.539**	.683**	.778**	.704**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.008	.002	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.817**	.760**	.751**	1	.561**	.775**	.823**	.547**	.640**	.624**	.868**	.748**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.509**	.572**	.624**	.561**	1	.658**	.556**	.494**	.500**	.544**	.512**	.447*	.706**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.001		.000	.001	.005	.005	.002	.004	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.783**	.731**	.722**	.775**	.658**	1	.750**	.575**	.591**	.667**	.624**	.541**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.786**	.776**	.778**	.823**	.556**	.750**	1	.499**	.733**	.659**	.793**	.733**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.005	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.551**	.479**	.473**	.547**	.494**	.575**	.499**	1	.494**	.495**	.499**	.380*	.653**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.008	.002	.005	.001	.005		.006	.005	.005	.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.600**	.624**	.539**	.640**	.500**	.591**	.733**	.494**	1	.634**	.683**	.470**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.005	.001	.000	.006		.000	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.498**	.693**	.683**	.624**	.544**	.667**	.659**	.495**	.634**	1	.792**	.528**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.005	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.707**	.817**	.778**	.868**	.512**	.624**	.793**	.499**	.683**	.792**	1	.782**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.600**	.819**	.704**	.748**	.447*	.541**	.733**	.380*	.470**	.528**	.782**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.013	.002	.000	.038	.009	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.843**	.894**	.876**	.904**	.706**	.856**	.902**	.653**	.758**	.791**	.897**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000	.000	.000	.012	.016	.244	.000	.018	.000	.008	.023	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.20	Pearson Correlation	.491**	.677**	.707**	.701**	.696**	.565**	.386*	.358	.707**	.508**	.772**	.490**	.583**	.615**	.762**	.845**	.797**	.783**	.807**	1	.904**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.001	.035	.052	.000	.004	.000	.006	.001	.035	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.21	Pearson Correlation	.437**	.667**	.745**	.640**	.579**	.627**	.436*	.409*	.745**	.459*	.697**	.443*	.538**	.746**	.832**	.853**	.838**	.681**	.773**	.904**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.001	.000	.016	.025	.000	.011	.000	.014	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALX 3	Pearson Correlation	.539**	.702**	.805**	.730**	.682**	.676**	.578**	.520**	.786**	.581**	.756**	.576**	.581**	.720**	.849**	.891**	.831**	.782**	.824**	.925**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.001	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	12

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	12

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
,951	12

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics^Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	12

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,610	,598	5,27128

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.245	6.439		1.746	.084
	Citra Merek	.649	.156	.396	4.149	.000
	Harga	.523	.114	.436	4.572	.022
	Kualitas Produk	.098	.071	.103	1.715	.019

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions		
					Citra Merek	Harga	Kualitas Produk
1	1	3,967	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,023	13,081	,03	,12	,08	,19
	3	,006	26,559	,04	,74	,91	,01
	4	,004	30,047	,93	,14	,00	,79

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21,9275	56,2352	43,1100	6,49031	100
Std. Predicted Value	-3,264	2,022	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,540	3,246	,983	,383	100
Adjusted Predicted Value	21,3753	56,2099	43,0455	6,56440	100
Residual	-13,40528	8,26085	,00000	5,19080	100
Std. Residual	-2,543	1,567	,000	,985	100
Stud. Residual	-2,564	1,641	,006	1,006	100
Deleted Residual	-13,62147	10,97933	,06448	5,42953	100
Stud. Deleted Residual	-2,642	1,656	,003	1,014	100
Mahal. Distance	,049	36,550	2,970	4,144	100
Cook's Distance	,000	,411	,012	,042	100
Centered Leverage Value	,000	,369	,030	,042	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,19080042
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,058
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,144 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : Dela Assholihat
 Nim : C.1810588
 Jurusan : Manajemen
 Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 03 Desember 1999
 Alamat : Bumi Karadenan Permai RT02/17 Kecamatan Cibinong
 Kabupaten Bogor.
 No Handphone : 0812-9721-1732
 Email : Dellaassholihat1717@gmail.com

PENGALAMAN ORGANISASI

- Kadiv Humas Internal Himpunan Mahasiswa Manajemen 2019-2020
- Divisi Humas DMC 2020
- Divisi PDD *Economic Expert Club* 2020
- Divisi Humas LKMM (Latihan Keterampilan Manajemen Mahasiswa) 2020/2021

KEGIATAN YANG PERNAH DIKUTI

- Peserta Ta'aruf Universitas Djuanda Bogor Tahun 2018
- Peserta Kegiatan Latihan Keterampilan Manajemen Mahasiswa Tahun 2018
- Peserta Webinar *Youth Empowerment* Indonesia "Build Your Capacity Through Networking" 2021
- Peserta Webinar *Entrepreneurship And Edupreneurship* 2021

