

**LAMPIRAN 1**  
**DATA REKAPITULASI JAWABAN**



**LAMPIRAN 2**  
**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**



LAMPIRAN 3  
SERTIFIKAN CONFERENCE

**CERTIFICATE**  
of appreciation  
this certificate is proudly presented to

**ANGGA TRI SETYA UTAMA**  
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL  
HONDA PT. ROYAL PASUFUC MANDIRI

In Your Recognition and your Contributions as,  
**Presenter**

**4<sup>th</sup> WORLDCONFERENCE.ID**  
**INTERNATIONAL CONFERENCE**  
ON ECONOMIC, MANAGEMENT, DIGITAL ENTREPRENEUR,  
SOCIAL BUSINESS, BUSINESS SUSTAINABILITY AND SOCIAL ENTREPRENEUR

August 27 - 28, 2020

**Dr. Muhammad, Ikhsan Setiawan, ST., MT.**  
Vice Rector Narotama University

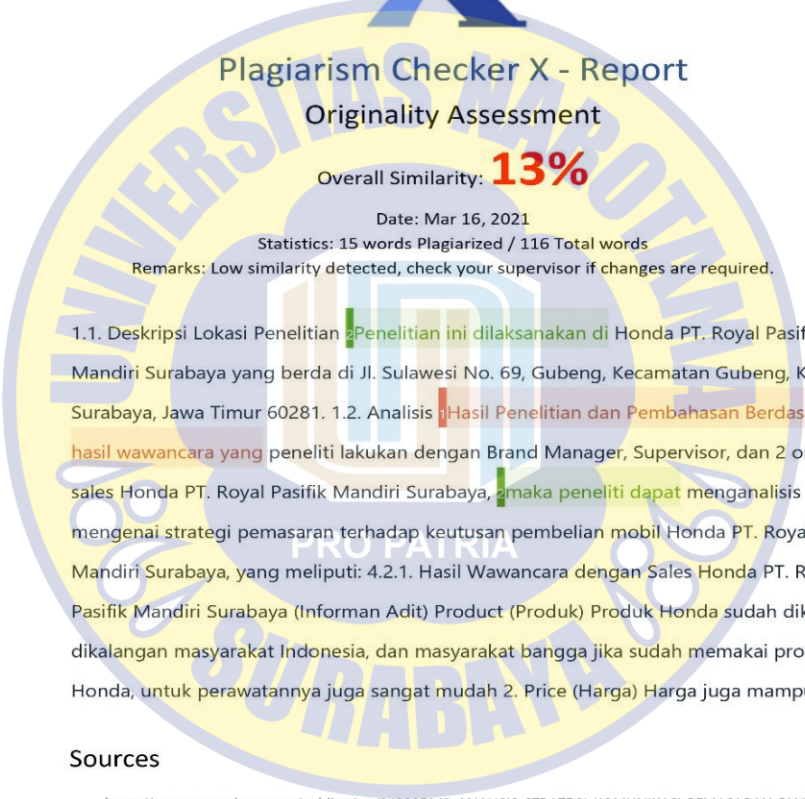
**Prof. Dr. Che Zalina Zulkifli**  
Universiti Pendidikan Sultan Idris

**Prof. Dr. Paisal Halim, M.Hum**  
President, IPST  
Internasional Peneliti Ekonomi, Sosial dan Teknologi

**Registration and Information**  
 Youtube Live  
 Zoom Online Meeting  
**WORLDCONFERENCE.ID**

## LAMPIRAN 4

### HASIL CEK PLAGIASI



**X**

### Plagiarism Checker X - Report

#### Originality Assessment

Overall Similarity: **13%**

Date: Mar 16, 2021  
Statistics: 15 words Plagiarized / 116 Total words  
Remarks: Low similarity detected, check your supervisor if changes are required.

1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian : Penelitian ini dilaksanakan di Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya yang berda di Jl. Sulawesi No. 69, Gubeng, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya, Jawa Timur 60281. 1.2. Analisis : Hasil Penelitian dan Pembahasan Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Brand Manager, Supervisor, dan 2 orang sales Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya, maka peneliti dapat menganalisis mengenai strategi pemasaran terhadap keutusan pembelian mobil Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya, yang meliputi: 4.2.1. Hasil Wawancara dengan Honda PT. Royal Pasifik Mandiri Surabaya (Informan Adit) Product (Produk) Produk Honda sudah dikenal dikalangan masyarakat Indonesia, dan masyarakat bangga jika sudah memakai produk Honda, untuk perawatannya juga sangat mudah 2. Price (Harga) Harga juga mampu b

#### Sources

1	<a href="https://www.researchgate.net/publication/343205943_ANALISIS_STRATEGI_KOMUNIKASI_PEMASARAN_BIAJI_RENGGIN">https://www.researchgate.net/publication/343205943_ANALISIS_STRATEGI_KOMUNIKASI_PEMASARAN_BIAJI_RENGGIN</a> ANG INTERNET 7%
2	<a href="http://www.pekerjadata.com/2014/05/SKRIPSI-ANALISIS-FAKTOR-PSIKOGRAFIS-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-Survei-pada-Produk-Daging-Sapi-Olahan-dalam-Kemasan-Berlabel-Halal--di-Hypermart-.html">http://www.pekerjadata.com/2014/05/SKRIPSI-ANALISIS-FAKTOR-PSIKOGRAFIS-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-Survei-pada-Produk-Daging-Sapi-Olahan-dalam-Kemasan-Berlabel-Halal--di-Hypermart-.html</a> INTERNET 6%

## RIWAYAT HIDUP PENELITI



Nama : Angga Tri Setya Utama  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Bojonegoro, 1 Agustus 1997  
Status : Menikah  
Alamat Rumah : Dusun Wirosobo RT 03 RW 01 Desa Pohwates  
Kecamatan Kepohbaru  
Alamat Email : anggatri108@gmail.com

Pendidikan Formal  
Sekolah Dasar :  
SMP :  
SMA :  
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama Surabaya, Tahun 2016-2020