

**IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DAN
ENTITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PASAR
DIGITAL TANAMAN HIAS MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI PEUBAH INTERVENING DI
KOTA BATU**

SKRIPSI



Oleh :
A'ISYAH GARIN AZZAHRA
21210011

**PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
S U R A B A Y A
2 0 2 5**

**IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DAN
ENTITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PASAR
DIGITAL TANAMAN HIAS MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI PEUBAH INTERVENING DI
KOTA BATU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya



Oleh :
A'ISYAH GARIN AZZAHRA
21210011

**PROGRAM STUDI AGROTEKNOLOGI
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
S U R A B A Y A
2 0 2 5**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DAN ENTITAS PRODUK
TERHADAP KINERJA PASAR DIGITAL TANAMAN HIAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI PEUBAH
INTERVENING DI KOTA BATU

Nama : A'ISYAH GARIN AZZAHRA

NPM : 21210011

Jurusan : AGROTEKNOLOGI

Fakultas : PERTANIAN

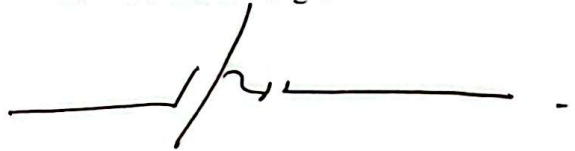
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Ir. Hj. Dwie Retna Suryaningsih, M.P.

Dosen Pembimbing II



Ir. Mochamad Thohiron, MP.

Mengetahui,

Dekan

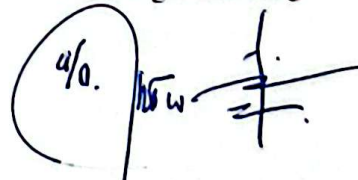
Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini S. W., M.Si

Ketua

Prodi Agroteknologi



Ir. Tatuk Tojibatus Sa'adah, MP

LEMBAR REVISI

Telah Direvisi

Tanggal :

Judul : IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DAN ENTITAS
PRODUK TERHADAP KINERJA PASAR DIGITAL
TANAMAN HIAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI PEUBAH INTERVENING DI KOTA BATU

Nama : A'ISYAH GARIN AZZAHRA
NPM : 21210011
Jurusan : AGROTEKNOLOGI
Fakultas : PERTANIAN

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Ir. Hj. Dwie Retna Suryaningsih, M.P.
NIDN : 0023016401

Dosen Pembimbing II



Ir. Mochamad Thohiron, MP.
NIDN : 0718106601

Penguji I



Prof. Dr. Ir.H. Achmadi Susilo, M.S.
NIDN : 0001125704

Penguji II



Dr. Ir. Sukian Wilujeng, M.P.
NIDN : 0701056602

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi dengan judul Implementasi Platform Digital dan Entitas Produk Terhadap Kinerja Pasar Digital Tanaman Hias Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Peubah Intervening Di Kota Batu. Laporan Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Agrikultur pada Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si. Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang telah memberi semangat penulis untuk melakukan penelitian ini.
2. Dr.Ir. Markus Patiung, M.P. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Tatuk Tojibatus Sa'adah, MP. Selaku Ketua Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah mempermudah proses pendaftaran sidang skripsi.
4. Ibu Ir. Hj. Dwie Retna Suryaningsih, M.P dan Bapak Ir. Mochamad Thohiron, MP. Selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang sangat sabar menghadapi penulis yang sering menghilang tanpa kabar, serta meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi.
5. Ibu Ir. Emi Budiati, selaku dosen lapang yang telah membantu dan memfasilitasi peneliti untuk mengambil data penelitian di Batu.
6. Ibu Ir. Indarwati, M.S. Selaku dosen wali yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya tanpa terkecuali yang telah memberikan banyak sekali pelajaran dan pengalaman selama penulis menempuh studi.

8. Selaku dosen penguji skripsi Prof. Dr. Ir.H. Achmadi Susilo, M.S. dan Dr. Ir. Sukian Wilujeng, M.P yang telah memberi saran dan masukan untuk penulis.
9. Semua staff yang ada di Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya tanpa terkecuali yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi.
10. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang disalurkan oleh Pusat Layanan Pembiayaan Pendidikan yang telah membiayai perkuliahan penulis melalui program KIP Kuliah secara gratis selama 4 tahun.
11. Keluarga penulis yaitu mama dan ayah yang tidak henti-hentinya berdo'a, memberi semangat, serta bantuan baik moral maupun material kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
12. Adik penulis satu-satunya Attala Garin yang sering kali membuat emosi tentang cita-cita, sehingga penulis ingin cepat lulus dan dapat pekerjaan.
13. Emak dan mbah kung sekeluarga yang telah menerima dan merawat penulis selama tinggal di Batu.
14. Teman sekelas yang dari awal masuk kuliah hingga penulis lulus, Amber, Bagas, Bunga, Candra, Farhan, Gabriel, Lorenza, Lucky, Maria, Ria, Zuhroh.
15. Mas Surya dan dosen-dosen lainnya yang sudah memperbolehkan menumpang di mejanya selama penulis mau bimbingan.
16. Mbak Maya yang sudah menyemangati agar kuliah di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
17. Teman SMA penulis Dila Dwi dan Qoshirotut thorfiin yang telah menemani penulis mengerjakan skripsi bersama di cafe.
18. Teman-teman MSIB6, PMM3, dan tongkrongan SMP penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mewarnai hidup penulis sehingga bisa sampai di titik ini.
19. Idola penulis Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, BTS yang menjadi mood boster penulis selama ini.

20. Kucing-kucing penulis yang masih hidup saat mengerjakan skripsi yaitu musang, jon-jon, jin-jin, yang mengisi kesuntukan dalam mengerjakan skripsi.
21. Dan tidak lupa diri penulis sendiri yang sudah berhasil sampai di tahap ini.
22. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung membantu serta memberikan sumbangan pikiran dan tenaga dalam melaksanakan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Agroteknologi.

Surabaya, 18 Juli 2025

Penulis

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A'isyah Garin Azzahra
NPM : 21210011
Alamat : Pondok Manggala A-V/16
No. Telepon : 0819-1314-1933
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI PLATFORM DIGITAL DAN ENTITAS
PRODUK TERHADAP KINERJA PASAR DIGITAL
TANAMAN HIAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI PEUBAH INTERVENING DI KOTA BATU

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari penulis sendiri, baik untuk naskah laporan maupun analisis data yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber yang jelas. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan nyata dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar penghargaan yang diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Surabaya, 30 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan,

A'isyah Garin Azzahra
NPM:21210011

ABSTRAK

A'isyah Garin Azzahra. 21210011. Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya 2025. Implementasi Platform Digital dan Entitas Produk Terhadap Kinerja Pasar Digital Tanaman Hias Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Peubah Intervening di Kota Batu. Dosen Pembimbing pertama: Ir. Hj. Dwie Retna Suryaningsih, M.P. Dan Pembimbing Kedua: Ir. Mochamad Thohiron, MP.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kinerja pasar digital tanaman hias dipengaruhi oleh platform digital dan kinerja produk, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pelaku usaha tanaman hias di Desa Wisata Sidomulyo, Kota Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS-SEM) *Structural Equation Modeling* menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan: (1) pentingnya kualitas model, beban faktor eksternal yang memadai, dan indikator bobot eksternal, di mana beban faktor dan reliabilitas komposit $\geq 0,70$, validitas diskriminan menggunakan Fonnell-Lacker, dan HTMT di bawah 0,90, sehingga memenuhi validitas konvergen; (2) signifikansi semua koefisien jalur antara variabel dengan kolinearitas statistik VIF $\geq 0,5$, validitas konstruk, dan reliabilitas AVE $\geq 0,50$; (3) signifikansi efek tidak langsung total variabel platform pemasaran digital terhadap keputusan pembelian, serta efek tidak langsung spesifik variabel platform digital terhadap kepuasan konsumen dan selanjutnya terhadap keputusan pembelian; (4) signifikansi efek tidak langsung total variabel platform pemasaran digital terhadap keputusan pembelian, serta efek tidak langsung spesifik variabel platform digital terhadap kepuasan konsumen dan selanjutnya terhadap keputusan pembelian; (5) signifikansi akurasi model, di mana validitas silang konstruksi Q2 $< 0,7$; dan (6) signifikansi daya prediksi model dengan nilai CVPAT yang lebih kuat. Para responden terdiri dari pembeli, pelaku bisnis, dan peminat tanaman hias. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja produk dan platform digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta keputusan membeli. Selain itu, kepuasan konsumen juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli. Serta kepuasan konsumen terbukti memediasi hubungan antara kinerja produk dan platform digital terhadap keputusan membeli.

Kata Kunci: Digital, Implementasi, Kepuasan, Kinerja, Konsumen

ABSTRACT

A'isyah Garin Azzahra. 21210011. Study Program: Agrotechnology, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2025. Implementation of Digital Platforms and Product Entities on the Performance of Ornamental Plant Digital Markets Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable in the Batu City. First Advisor: Ir. Hj. Dwie Retna Suryaningsih, M.P. and Second Advisor: Ir. Mochamad Thohiron, MP.

The purpose of this study is to see how the performance of the ornamental plant digital market is influenced by digital platform and product performance, with customer satisfaction as an intervening variable in ornamental plant businesses in Sidomulyo Tourism Village, Batu City. This study use a quantitative approach base on the Partial Least Squares (PLS-SEM) Structural Equation Modelling method by SmartPLS 4 software. The research result indicate: (1) the significance of the model quality, adequate reflective outer loading and outer weight indicators, where factor loading and composite reliability ≥ 0.70 , discriminant validity using Fonnell-Lacker, and HTMT below 0.90, thus fulfilling convergent validity; (2) the significance of all path coefficients between variables with statistical collinearity $VIF \geq 0.5$, construct validity and reliability $AVE \geq 0.50$; (3) the significance of the total indirect effect of the digital marketing platform variable on purchasing decisions, as well as the specific indirect effect of the digital platform variable on consumer satisfaction and subsequently on purchasing decisions; (4) the significance of the total indirect effect of the digital marketing platform variable on purchasing decisions, as well as the specific indirect effect of the digital platform variable on consumer satisfaction and subsequently on purchasing decisions; (5) The significance of model accuracy, where construct cross-validity $Q^2 < 0.7$; and (6) the significance of model predictive power with a stronger CVPAT value. The results showed that product performance, and digital platforms have a significant effect on customer satisfaction, as well as purchasing decisions. Furthermore customer satisfaction has a significant effect on purchasing decisions. Customer satisfaction is proven to mediate the relationship between product performance, and digital platforms to purchasing decisions.

Keywords: Consumer, Digital, Implementation, satisfaction, Performance, Satisfaction

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
LEMBAR REVISI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Hipotesis.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Kerangka Konsep Tahapan Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran Digital	10
2.2 Implementasi Platform Digital.....	10
2.3 Entitas Produk	10
2.4 Kepuasan Konsumen.....	11
2.5 Kinerja Pasar Digital	11
2.6 Smart PLS 4	12
2.7 Penelitian Terdahulu.....	12
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel	18
3.2.1 Populasi.....	18

3.2.2	Sampel.....	18
3.3	Klasifikasi Variabel dan Definisi Operasional	20
3.3.1	Klasifikasi Variabel	20
3.3.2	Definisi Operasional.....	20
3.4	Desain Kuesioner	22
3.5	Instrumen Penelitian.....	23
3.5.1	Uji Validitas.....	23
3.5.2	Uji Reliabilitas	24
3.6	Lokasi dan Tempat Penelitian	24
3.7	Jenis dan Pengumpulan Data	25
3.8	Teknik Analisis Data	25
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	25
3.8.2	Peran Microsoft Excel.....	25
3.8.3	Peran JASP.....	25
3.8.4	Peran SmartPLS 4	26
3.8.5	Analisis Statistik Inferensial	26
3.9	Kerangka Konsep Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	30
3.10	Grafik Penelitian	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Demografik Responden.....	33
4.1.1	Pendidikan Terakhir	33
4.1.2	Usia	34
4.2	Statistik Deskriptif	34
4.2.1	Pendidikan Terakhir	34
4.2.2	Usia	35
4.3	Evaluasi Model Pengukuran	35
4.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	36
4.4.1	Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	36
4.4.2	Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effects</i>) dan Spesifik.....	38
4.4.3	Pengaruh Total (<i>Total Effects</i>).....	40
4.4.4	<i>Outer Loading</i>	41

4.4.5	<i>Outer Weight</i>	44
4.4.6	Variable Latent (<i>Latent Variable</i>).....	46
4.5	<i>Outer Model</i>	53
4.5.1	Validitas Konvergen	53
4.5.2	AVE (<i>Average Variance extracted</i>)	55
4.5.3	<i>Discriminant Validity</i> (Validitas Diskriminan).....	56
4.5.4	<i>Colinearity Statistic VIF Outer Model</i>	61
4.5.5	<i>Composite Reliability (Construct Reliability and Validity)</i>	63
4.6	<i>Inner Model (Quality Qriteria)</i>	64
4.6.1	<i>Colinearity VIF (Varianvce Inflation Factor) Inner Model</i>	64
4.6.2	<i>R-Square</i>	66
4.6.3	Uji Signifikansi (Pengujian Hipotesis) <i>F-Square</i>	67
4.7	Pengujian Hipotesis.....	68
4.7.1	<i>Bootstrapping</i> Pengukuran dan Variabel.....	69
4.7.2	<i>Blindfolding</i>	89
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN		104

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Indikator Pernyataan.....	21
Tabel 3.2 Skala Likert	23
Tabel 4.1 Pendidikan Terakhir.....	33
Tabel 4.2 Model Pengukuran	36
Tabel 4.3 Matriks Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	36
Tabel 4.4 Matriks Nilai Pengaruh Total Tidak Langsung (<i>Indirect Effects Total</i>)	38
Tabel 4.5 Matriks Nilai Pengaruh Tidak Langsung spesifik (<i>Spesifik Indirect</i>	39
Tabel 4.6 Matriks Nilai Pengaruh Total (Total Effects)	40
Tabel 4.7 Matriks Nilai <i>Outer Loading</i> Indikator Reflektif Terhadap <i>Latent</i>	42
Tabel 4.8 Matriks Nilai <i>Outer Weight</i> Indikator Reflektif Terhadap Latent Variabel.....	44
Tabel 4.9 Matriks Nilai <i>Outer Weight</i> Indikator Reflektif Terhadap Latent Variabel.....	46
Tabel 4.10 Matriks Korelasi Antar Latent Variabel.....	49
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif Latent Variabel.....	51
Tabel 4.12 Matriks Nilai <i>Loading Faktor</i>	54
Tabel 4.13 Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct</i>	55
Tabel 4.14 Kriteria Evaluasi Pengukuran Model PLS SEM	56
Tabel 4.15 Matriks <i>Discriminat Validity Kriteria Heterotrait-Monotrait Ratio</i> ...	57
Tabel 4.16 Matriks <i>Discriminat Validity Kriteria Fornell Larcker Criterion</i>	58
Tabel 4.17 Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4.18 Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct Outer Model</i>	62
Tabel 4.19 Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct</i>	63
Tabel 4.20 Matriks Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct Inner Model</i>	65
Tabel 4.21 Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct</i>	66
Tabel 4.22 Nilai <i>Reliability</i> dan <i>Validity Construct F-Square</i>	67
Tabel 4.23 Hasil <i>Bootstrapping Path Coeficient</i>	70
Tabel 4.24 Hasil <i>Total Indirect Effect</i>	72

Tabel 4.25 Hasil <i>Specifik Indirect Effect</i>	73
Tabel 4.26 <i>Total Effect</i>	74
Tabel 4.27 Nilai <i>Outer Loading</i> Variabel dan Indikator Pada Uji P	76
Tabel 4.28 Nilai <i>Outer Weight</i> Variabel dan Indikator Pada Uji P.....	78
Tabel 4.29 <i>Construct Cross-Validity Redundancy</i> (CCVR)_Total	90
Tabel 4.30 <i>Construct Cross-Validated Communalty</i> (CCVC)_Total	92
Tabel 4.31 <i>Construct Cross-Validity Redundancy</i> (CCVR)_Total	94
Tabel 4.32 CVPAT.....	96

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
Gambar 1.1 Konsep Tahapan Penelitian (A).....	8
Gambar 1.2 Konsep Tahapan Penelitian (B).....	9
Gambar 3.1 Konsep Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	30
Gambar 3.2 Grafik Penelitian	31
Gambar 4.1 Diagram Pie Usia	34
Gambar 4.2 <i>Outer model</i> dan Konstruk	53
Gambar 4.3 <i>Outer model</i> dan <i>Loading Factor</i>	53
Gambar 4.4 Model Struktural Koefisien Jalur dan <i>p-value</i>	70
Gambar 4.5 Model Struktural Koefisien Jalur dan <i>t-value</i>	76
Gambar 4.6 Variabel Kinerja Produk, Platform Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Digital	81
Gambar 4.7 Variabel Kinerja Produk, Platform Digital Terhadap Keputusan Membeli pada Konsumen Pasar Digital.....	82
Gambar 4.8 Variabel Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Membeli pada Konsumen Pasar Digital.....	83
Gambar 4.9 Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) Kinerja Produk dan Platform Digital Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pasar Digital.....	84
Gambar 4.10 Pengaruh total Kinerja Produk dan Platform Digital Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pasar Digital melalui Kepuasan Konsumen.....	85
Gambar 4.11 Indikator terhadap konstruk Kepuasan Konsumen	86
Gambar 4.12 Konstruk Keputusan Membeli	87
Gambar 4.13 Konstruk Kinerja Pasar Digital	88
Gambar 4.14 Produk dan Platform Digital Terhadap Keputusan Membeli Konsumen Pasar Digital melalui Kepuasan Konsumen.....	89
Gambar 4.15 Grafik Output	90

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
Lampiran 1. Indikator Kepuasan Konsumen	104
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	116
Lampiran 3. Pengemasan Produk.....	117
Lampiran 4. Pengiriman.....	118
Lampiran 5. Jualan Online	119
Lampiran 6. Kegiatan Budidaya	119
Lampiran 7. Surat BRIN	120
Lampiran 8. Brosur Seminar Internasional	121
Lampiran 9. <i>Letter of Acceptance</i>	122